KINH TẾ HỌC VI MÔ

PRINCIPLES OF MICROECONOMICS 6e

N. GREGORY MANKIW

CENGAGE

NHÀ XUẤT BẢN HỒNG ĐỨC

KINH TẾ HỌC
VI MÔ

PRINCIPLES OF MICROECONOMICS 6e

TVE-4U.ORG
SCAN: SKY_TIGER
PDF: BÌNH AN

KINH TẾ HỌC
VI MÔ

PRINCIPLES OF MICROECONOMICS 6e

N. Gregory Mankiw
HARVARD UNIVERSITY

NHÀ XUẤT BẢN HỒNG ĐỨC

CENGAGE

Andover • Melbourne • Mexico City • Stamford, CT • Toronto • Hong Kong • New Delhi • Seoul • Singapore • Tokyo

Tặng Catherine, Nicholas, và Peter,
những đóng góp khác của tôi cho thế hệ sau

ĐÔI NÉT VỀ TÁC GIẢ

N. Gregory Mankiw là giáo sư kinh tế tại Đại học Harvard. Khi còn là sinh viên, ông theo học chuyên ngành kinh tế tại Đại học Princeton và MIT. Là một giảng viên, ông đã tham gia giảng dạy các môn kinh tế vĩ mô, kinh tế vi mô, thống kê và các nguyên lý kinh tế học. Thậm chí ông cũng đã từng dành một mùa hè cách đây khá lâu làm người hướng dẫn điều khiển du thuyền ở Long Beach Island.

Giáo sư Mankiw có rất nhiều bài viết và thường xuyên tham gia các chương trình tranh luận về học thuật cũng như chính sách. Các bài viết của ông được công bố ở nhiều tạp chí khoa học, như là *American Economic Review, Journal of Political Economy*, và *Quarterly Journal of Economics* cũng như trên nhiều diễn đàn nổi tiếng như *The New York Times* và *The Wall Street Journal*. Ông cũng là tác giả của giáo trình *Kinh tế Vĩ mô* trình độ trung cấp bán chạy nhất (Nhà xuất bản Worth). Bên cạnh việc giảng dạy, nghiên cứu và viết lách, Giáo sư Mankiw còn là thành viên nghiên cứu của Ban Nghiên cứu Kinh tế Quốc gia, thành viên tư vấn cho Văn phòng Ngân sách Quốc hội, Cục Dự trữ Liên Bang khu vực Boston và New York, thành viên Hội đồng phát triển khảo thí ETS chương trình dự bị đại học nâng cao chuyên ngành kinh tế. Từ 2003 đến 2005, ông là chủ tịch Hội đồng Tư vấn Kinh tế cho Tổng thống.

Giáo sư Mankiw hiện đang sống tại Wellesley, Massachusetts, cùng với vợ Deborah, và ba người con, Catherine, Nicholas và Peter, và chú chó Tobin.

NỘI DUNG TÓM TẮT

PHẦN I. Giới thiệu

1. Mười nguyên lý của kinh tế học
2. Suy nghĩ như một nhà kinh tế học
3. Sự phụ thuộc lẫn nhau và lợi ích từ thương mại

PHẦN II. Thị trường hoạt động như thế nào

4. Các lực lượng cung và cầu của thị trường
5. Độ co giãn và ứng dụng
6. Cung, cầu và chính sách chính phủ

PHẦN III. Thị trường và phúc lợi

7. Người tiêu dùng, nhà sản xuất và hiệu quả của thị trường
8. Ứng dụng: Chi phí của thuế
9. Ứng dụng: Thương mại quốc tế

PHẦN IV. Kinh tế học của Khu vực Công

10. Ngoại tác
11. Hàng hóa công và Tài nguyên chung
12. Thiết kế hệ thống thuế

PHẦN V. Hành vi của doanh nghiệp và tổ chức ngành

13. Chi phí sản xuất
14. Doanh nghiệp trên thị trường cạnh tranh
15. Độc quyền
16. Cạnh tranh độc quyền
17. Độc quyền nhóm

PHẦN VI. Kinh tế học về thị trường lao động

18. Thị trường các yếu tố sản xuất
19. Tiền lương và Phân biệt đối xử
20. Bất bình đẳng thu nhập và Nghèo

PHẦN VII. Các chủ đề nghiên cứu nâng cao

21. Lý thuyết về sự lựa chọn của người tiêu dùng
22. Những hướng nghiên cứu mới trong Kinh tế học vi mô

LỜI GIỚI THIỆU TỪ NGƯỜI DỊCH

Nhằm đổi mới cơ bản và toàn diện giáo dục đại học Việt Nam, Trường Đại học Kinh tế TP.HCM – một trong 16 trường trọng điểm của Bộ Giáo dục và Đào tạo – đã quyết tâm và kiên trì theo đuổi chiến lược cốt lõi của mình: Chuyển đổi chương trình đào tạo sang hướng tiên tiến để nhanh chóng ngang bằng trình độ khu vực và tiệm cận với giáo dục đại học tinh hoa trên thế giới. Một trong những hoạt động chuyển đổi là lựa chọn các giáo trình tốt nhất trên thế giới và chuyển ngữ sang tiếng Việt nhằm phục vụ cho việc học của sinh viên.

Nhằm phục vụ cho đề án quốc tế hóa các chương trình đào tạo kinh tế của trường Đại học Kinh tế TP.HCM, Trường đã liên kết với Cengage Learning Asia tổ chức dịch quyển *Kinh tế học* của N. Gregory Mankiw. Cuốn sách được Trường lựa chọn khá thận trọng với các tiêu chí: tác giả N. Gregory Mankiw là một trong 25 nhà kinh tế học nổi tiếng trên thế giới và sách *Kinh tế học* của ông đã và đang được nhiều trường đại học trên thế giới sử dụng. Đồng thời cuốn sách này cũng đã được đa số các trường đại học tại Việt Nam tham khảo. Đây cũng là lần đầu tiên cuốn sách này được cấp quyền xuất bản bằng tiếng Việt tại Việt Nam. Cengage Learning Asia là đơn vị giữ bản quyền, đã hợp tác với Đại học Kinh tế TP.HCM để chuyển ngữ và giới thiệu quyển sách này đến bạn đọc.

Giảng viên Khoa Kinh tế được Trường lựa chọn làm lực lượng dịch thuật chính giáo trình *Kinh tế học* của Mankiw cho hai phiên bản *Kinh tế học vi mô* và *Kinh tế học vĩ mô*. Khoa kinh tế là một trong các khoa có truyền thống giảng dạy các lý thuyết kinh tế học hiện đại từ sau thời kỳ đất nước đổi mới. Trong 20 năm qua, Khoa Kinh tế đã từng bước quốc tế hóa các chương trình đào tạo của mình thông qua việc tham gia làm giảng viên nòng cốt cho các Chương trình Giảng dạy kinh tế Fulbright, Chương trình Việt Nam – Hà Lan đào tạo Cao học Kinh tế phát triển. Với bề dày kinh nghiệm về tiếp

cận các lý thuyết kinh tế học hiện đại khá sớm, với kinh nghiệm tham gia giảng dạy các chương trình quốc tế, lực lượng giảng viên đa dạng tốt nghiệp từ các Đại học nước ngoài, đội ngũ biên dịch của Khoa Kinh tế đã hoàn thành với nỗ lực tốt nhất có thể để chuyển ngữ từ tiếng Anh sang tiếng Việt bộ giáo trình *Kinh tế học* của N. Gregory Mankiw.

Bản dịch giáo trình *Kinh tế học* của N. Gregory Mankiw được thực hiện từ đội ngũ giảng viên Khoa Kinh tế có các ưu điểm sau: vẫn đảm bảo nội dung bản gốc bao gồm các ví dụ chi tiết dễ hiểu, các nghiên cứu điển hình liên quan đến các tình huống vi mô và vĩ mô, các khái niệm được định nghĩa rõ ràng, có tóm tắt các chương tạo điều kiện tốt nhất cho ôn tập, phù hợp với đề cương giảng dạy kinh tế học không chỉ của Trường Đại học Kinh tế TP.HCM mà cả các trường đại học khác tại Việt Nam trong khối kinh tế và quản trị. Ngoài ra giáo trình này còn có ngân hàng câu hỏi trắc nghiệm, phần tóm tắt bài giảng và phần trình chiếu Power point cho từng chương, phục vụ tốt cho việc thực hành và giảng dạy của sinh viên và giảng viên. Hy vọng bộ sách *Kinh tế học vi mô* và *Kinh tế học vĩ mô* của N. Gregory Mankiw bản tiếng Việt sẽ cung cấp cho giảng viên và sinh viên những tài liệu kinh tế hiệu quả và hiện đại nhằm phục vụ cho công tác giảng dạy và học tập.

PGS. TS. Nguyễn Trọng Hoài

Phó Hiệu trưởng Đại học Kinh tế TP.HCM

LỜI NÓI ĐẦU DÀNH CHO SINH VIÊN

Nhà kinh tế vĩ đại thế kỷ 19 Alfred Marshall đã viết trong cuốn giáo trình *Những Nguyên lý Kinh tế* của mình rằng "Kinh tế học là môn học nghiên cứu về loài người trong đời sống thường ngày". Mặc dù chúng ta đã biết thêm được nhiều điều hơn về kinh tế kể từ thời đại của Marshall, định nghĩa về kinh tế học này ngày nay vẫn còn đúng y như giáo trình đầu tiên của ông được xuất bản vào năm 1890.

Tại sao các bạn, những sinh viên của đầu thế kỷ 21, nên lao mình vào nghiên cứu kinh tế học? Có ba lý do.

Lý do thứ nhất, nghiên cứu kinh tế học sẽ giúp cho bạn hiểu được thế giới mà chúng ta đang sống. Có rất nhiều câu hỏi về nền kinh tế có thể làm cho bạn tò mò. Tại sao lại rất khó có được một căn hộ ở thành phố New York? Tại sao các hãng hàng không bán vé máy bay khứ hồi rẻ hơn nếu như hành khách ở lại qua đêm ngày thứ Bảy? Tại sao Johnny Depp được trả cát-sê đóng phim cao? Tại sao mức sống ở nhiều quốc gia châu Phi rất nghèo nàn? Tại sao một vài quốc gia có tỷ lệ lạm phát cao trong khi một số khác thì giá cả ổn định? Tại sao có những năm dễ kiếm được việc làm và có những năm rất khó? Đây chỉ là một số ít trong số những câu hỏi mà một khóa học về kinh tế học sẽ giúp bạn trả lời.

Lý do thứ hai, nghiên cứu kinh tế học sẽ giúp cho bạn trở nên sắc sảo hơn khi tham gia vào nền kinh tế. Trong cuộc sống, bạn phải đưa ra nhiều quyết định kinh tế. Khi là sinh viên, bạn sẽ quyết định xem mình sẽ đi học trong bao lâu. Khi có việc làm, bạn quyết định xem sẽ dành bao nhiêu thu nhập của mình để chi tiêu, bao nhiêu cho tiết kiệm và đầu tư các khoản tiết kiệm như thế nào cho hợp lý. Một ngày nào đó, có thể là bạn sẽ điều hành một doanh nghiệp nhỏ hay một tập đoàn lớn, và bạn sẽ định giá cho những sản phẩm của mình. Những nội dung hiểu biết được triển khai trong những chương tới đây sẽ tạo cho bạn một nhận thức mới về cách tốt nhất

để ra quyết định. Nghiên cứu kinh tế học tự nó sẽ không làm giàu cho bạn, nhưng nó sẽ cung cấp một vài công cụ có thể hữu ích phần nào trong nỗ lực đó.

Lý do thứ ba, nghiên cứu kinh tế học sẽ giúp cho bạn có sự hiểu biết tốt hơn cả về tiềm năng lẫn giới hạn của chính sách kinh tế. Vấn đề kinh tế luôn nằm trong suy nghĩ của các nhà hoạch định chính sách ở các văn phòng thị trưởng, dinh thống đốc và Nhà Trắng. Những gánh nặng liên quan đến các hình thức đánh thuế khác nhau là gì? Tác động từ việc tự do thương mại với các quốc gia khác ra sao? Đâu là cách tốt nhất để bảo vệ môi trường? Thâm hụt ngân sách của chính phủ tác động như thế nào đến nền kinh tế? Là một cử tri, phiếu bầu của bạn sẽ góp phần chọn ra chính sách định hướng phân bổ nguồn lực của xã hội. Sự hiểu biết về kinh tế học sẽ giúp bạn thực hiện trách nhiệm đó. Và biết đâu một ngày đẹp trời nào đó, bạn cũng sẽ là một trong những nhà hoạch định chính sách.

Do đó, những nguyên lý kinh tế học có thể được áp dụng trong nhiều tình huống trong cuộc sống. Trong tương lai, bất kể là khi đọc báo, điều hành kinh doanh hay đang ngồi trong Phòng Bầu dục, bạn sẽ cảm thấy vui vì mình đã có nghiên cứu qua về kinh tế học.

N. GREGORY MANKIW

Tháng 12/2010

LỜI CẢM ƠN

Khi viết cuốn sách này, tôi đã được thụ hưởng rất nhiều từ sự đóng góp và chia sẻ của những con người tài năng. Thật ra, danh sách những cá nhân đã có nhiều đóng góp quý báu vào dự án này là rất dài, nên việc để tên bất kỳ một cá nhân nào đó ở trang bìa cũng sẽ không được công bằng.

Hãy để tôi bắt đầu từ các đồng nghiệp trong cùng lĩnh vực chuyên môn về kinh tế học. Phiên bản thứ 6 của cuốn giáo trình này và các tài liệu bổ sung có rất nhiều đóng góp của họ. Trong phần đánh giá và khảo sát, họ đã đóng góp ý kiến, xác định những thách thức và chia sẻ ý tưởng từ kinh nghiệm giảng dạy của mình. Tôi mang ơn họ vì những quan điểm mà họ đem đến cho cuốn giáo trình này. Một điều không may là danh sách những người đã có đóng góp vào những phiên bản trước đây lại quá dài đến nỗi không thể viết nên lời cảm ơn ở đây, dù rằng những sinh viên sử dụng phiên bản này vẫn được hưởng lợi từ sự hiểu biết của những người đó.

Trong quá trình biên soạn giáo trình này, sự đóng góp của Ron Cronovich (Carthage College) và David Hakes (University of Northern Iowa) là quan trọng nhất. Ron và David, là những giảng viên tận tâm, đã chuyển ngữ chính xác những ý tưởng sao cho dễ hiểu, và là những cộng sự làm việc hết mình cùng với tôi để đưa ra các gói tài liệu bổ sung rất tuyệt vời.

Ở lần xuất bản mới này, các nhà phê bình dưới đây đã ghi lại nhật ký kinh nghiệm giảng dạy môn học ngày qua ngày trong suốt một học kỳ, đã đưa ra những đề nghị chi tiết để nâng cao chất lượng cuốn giáo trình này.

Mark Abajian, *San Diego Mesa College*

Jennifer Bailly, *Long Beach City College*

J. Ulyses Balderas, *Sam Houston State University*

Antonio Bos, *Tusculum College*

Greg Brock, *Georgia Southern University*

Donna Bueckman, *University of Tennessee Knoxville*

Rita Callahan, *Keiser University*

Tina Collins, *San Joaquin Valley College*

Bob Holland, *Purdue University*

Tom Holmes, *University of Minnesota*

Simran Kahai, *John Carroll University*
Miles Kimball, *University of Michigan*
Jason C. Rudbeck, *University of Georgia*
Kent Zirlott, *University of Alabama Tuscaloosa*

Những nhà phê bình của phiên bản thứ 5 đã có những đề xuất để tinh chỉnh nội dung, cách thức tổ chức và cách tiếp cận vấn đề trong phiên bản thứ 6 này.

Mark Abajian, *San Diego Mesa College*
Hamid Bastin, *Shippensburg University*
Laura Jean Bhadra, *Northern Virginia Community College*
Benjamin Blair, *Mississippi State University*
Lane Boyte, *Troy University*
Greg Brock, *Georgia Southern University*
Andrew Cassey, *Washington State University*
Joni Charles, *Texas State University - San Marcos*
Daniel Lee, *Shippensburg University*
David Lindauer, *Wellesley College*
Joshua Long, *Ivy Tech Community College*
James Makokha, *Collin College*
Jim McAndrew, *Luzerne County Community College*
William Mertens, *University of Colorado*
Cindy Munson, *Western Technical College*
David Mushinski, *Colorado State University*
Fola Odebunmi, *Cypress College*
Daren Conrad, *Bowie State University*
Diane de Freitas, *Fresno City College*
Veronika Dolar, *Cleveland State University*
Justin Dubas, *Texas Lutheran University*
Robert L Holland, *Purdue University*
Andres Jauregui, *Columbus State University*
Miles Kimball, *University of Michigan*
Andrew Kohen, *James Madison University*
Jeff Rubin, *Rutgers University, New Brunswick*
Lynda Rush, *California State Polytechnic University Pomona*
Naveen Sarna, *Northern Virginia Community College*
Jesse Schwartz, *Kennesaw State University*
Mark Showalter, *Brigham Young University*
Michael Tasto, *Southern New Hampshire University*

Tôi cũng đã nhận được những phản hồi chi tiết về các phân mục cụ thể trong cuốn giáo trình, bao gồm cả bài tập và ứng dụng ở cuối chương, từ những giảng viên sau đây

Mark Abajian, *San Diego Mesa College*
Afolabi Adebayo, *University of New Hampshire*
Mehdi Afiat, *College of Southern Nevada*
Douglas Agbetsiafa, *Indiana University South Bend*
Richard Agnello, *University of Delaware*
Henry Akian, *Gibbs College*
Constantine Alexandrakis, *Hofstra University*
Michelle Amaral, *University of the Pacific*
Shahina Amin, *University of Northern Iowa*
Larry Angel, *South Seattle Community College*
Kathleen Arano, *Fort Hays State University*
J. J. Arias, *Georgia College & State University*
Nestor Azcona, *Babson College*
Steve Balassi, *St. Mary's College/Napa Valley College*
Juventino Ulyses Balderas, *Sam Houston State University*
Tannista Banerjee, *Purdue University*
Jason Barr, *Rutgers University, Newark*
Alan Barreca, *Tulane University*
Hamid Bastin, *Shippensburg University*
Tammy Batson, *Northern Illinois University / Rock Valley College*
Carl Bauer, *Oakton Community College*
Klaus Becker, *Texas Tech University*
Robert Beekman, *University of Tampa*
Henry Check, *Penn State University*
Xudong Chen, *Baldwin-Wallace College*
Clifton M. Chow, *Mass Bay Community College*
Tina Collins, *San Joaquin Valley College*
Valerie Collins, *Sheridan College*
Sarah Cosgrove, *University of Massachusetts Dartmouth*
Dana Costea, *Indiana University South Bend*
Maria DaCosta, *University of Wisconsin Eau Claire*
Mian Dai, *Drexel University*
Joel Dalafave, *Bucks County Community College*
Maylene Damoense, *Monash University South Africa*

Lorie Darche, *Southwest Florida College*
Diane de Freitas, *Fresno City College*
Ejigou Demissie, *University of Maryland Eastern Shore*
Richard DePolt, *Guilford Technical Community College*
Aaron Dighton, *University of Minnesota*
Veronika Dolar, *Cleveland State University*
Fisher Donna, *Georgia Southern University*
Harold Elder, *University of Alabama*
Jamie Emerson, *Salisbury University*
Elena Ermolenko, *Oakton Community College*
Pat Euzent, *University of Central Florida*
Yan Feng, *Hunter College, Queens College, CUNY*
Donna K. Fisher, *Georgia Southern University*
Paul Fisher, *Henry Ford Community College*
Fred Foldvary, *Santa Clara University*
Nikki Follis, *Chadron State College*
Kent Ford, *State University of New York / Onondaga Community College*
Ryan Ford, *Pasadena City College*
Timothy Ford, *California State University Sacramento*
Johanna Francis, *Fordham University*
Robert Francis, *Shoreline Community College*
Mark Frascatore, *Clarkson University*
James Jozefowicz, *Indiana University of Pennsylvania*
Mahbubul Kabir, *Lyon College*
Simran Kahai, *John Carroll University*
David Kalist, *Shippensburg University*
Camilla Kazimi, *St. Mary's College*
Chris Kelton, *Naval Postgraduate School*
Brian Kench, *University of Tampa*
Hyeongwoo Kim, *Auburn University*
Miles Kimball, *University of Michigan*
Alfreda L. King, *Lawson State Community College*
Elizabeth Knowles, *Univeristy of Wisconsin La Crosse*
Fred Kolb, *University of Wisconsin Eau Claire*
Risa Kumazawa, *Duquesne University*
Sumner La Croix, *University of Hawaii*
Christopher Laincz, *Drexel University*

Ghislaine Lang, *San Jose State University*
Carolyn Langston, *South Arkansas Community College*
Richard Le, *Cosumnes River College*
Daniel Lee, *Shippensburg University*
Tom Lehman, *Indiana Wesleyan University*
Megan Leonard, *Hendrix College*
Larry Lichtenstein, *Canisius College*
Tad Lincoln, *Middlesex Community College*
David Linthicum, *Cecil College North East*
Sam Liu, *West Valley College*
Melody Lo, *University of Texas at San Antonio*
Volodymyr Logovskyy, *Georgia Institute of Technology*
Min Lu, *Robert Morris University*
Gennady Lyakir, *Champlain College*
Bruce Madariaga, *Montgomery Community College*
Brinda Mahalingam, *University of California Riverside*
Rubana Mahjabeen, *Truman State University*
Bahman Maneshni, *Paradise Valley Community College*
Denton Marks, *University of Wisconsin-Whitewater*
Timothy Mathews, *Kennesaw State University*
Susan Reilly, *Florida State College at Jacksonville*
Imke Reimers, *University of Minnesota*
Christopher Richardson, *Merrillville High School*
Art Riegal, *State University of New York Sullivan*
Richard Risinit, *Middlesex Community College*
Michael Rogers, *Albany State University*
Paul Roscelli, *Canada College*
Larry Ross, *University of Alaska Anchorage*
Jeff Rubin, *Rutgers University*
Allen Sanderson, *University of Chicago*
Jeff Sarbaum, *University of North Carolina Greensboro*
Dennis Shannon, *Southwestern Illinois College*
Xuguang Sheng, *State University of New York at Fredonia*
Mark Showalter, *Brigham Young University*
Johnny Shull, *Central Carolina Community College*
Suann Shumaker, *Las Positas Community College*
Jonathan Silberman, *Oakland University*

Steven Skinner, *Western Connecticut State University*
Catherine Skura, *Sandhills Community College*
Gary Smith, *D'Youville College*
Warren Smith, *Keiser University*
William Snyder, *Peru State College*
Ken Somppi, *Southern Union State Community College*
Dale Steinreich, *Drury University*
Liliana Stern, *Auburn University*
Derek Stimel, *Menlo College*
Carolyn Fabian Stumph, *Indiana University Purdue University Fort Wayne*
Bryce Sutton, *University of Alabama at Birmingham*
Justin Tapp, *Southwest Baptist University*
Christian Beer, *Cape Fear Community College*
Gary Bennett, *State University of New York Fredonia*
Bettina Berch, *Borough of Manhattan Community College*
Thomas M. Beveridge, *Durham Technical Community College*
Abhijeet Bhattacharya, *Illinois Valley Community College*
Prasad Bidarkota, *Florida International University*
Jekab Bikis, *Dallas Baptist University*
Michael Bognanno, *Temple University*
Cecil Bohanon, *Ball State University*
Natalia Boliari, *Manhattan College*
Melanie Boyte, *Troy University*
Charles Braymen, *Kansas State*
William Brennan, *Minnesota State University at Mankato*
Greg Brock, *Georgia Southern University*
Ken Brown, *University of Northern Iowa*
Laura Bucila, *Texas Christian University*
Stan Buck, *Huntington University*
Donna Bueckman, *University of Tennessee Knoxville*
Joe Bunting, *St. Andrews Presbyterian College*
Rita Callahan, *Keiser University*
Michael G. Carew, *Baruch College*
John Carter, *Modesto Junior College*
Kalyan Chakraborty, *Emporia State University*
David Furst, *University of South Florida*
Monica Galizzi, *University of Massachusetts Lowell*

Jean-Philippe Gervais, *North Carolina State University*
Dipak Ghosh, *Emporia State University*
Bill Goffe, *State University of New York Oswego*
Ryan Gorka, *University of Nebraska Lincoln*
Marshall Gramm, *Rhodes College*
Elias C. Grivoyannis, *Yeshiva University*
Eleanor Gubins, *Rosemont College*
Darrin Gulla, *University of Kentucky*
Karen Gulliver, *Argosy University*
Ranganai Gwati, *University of Washington Seattle*
Mike Haupert, *University of Wisconsin La Crosse*
L Jay Helms, *University of California Davis*
Dr. David Hennessy, *University of Dubuque*
Curry Hilton, *Guilford Technical Community College*
George Hoffer, *Virginia Commonwealth University*
Mark Holmes, *University of Waikato*
Carl Hooker, *Community College of Vermont*
Daniel Horton, *Cleveland State University*
Scott Houser, *Colorado School of the Mines*
Fanchang Huang, *Washington University in St Louis*
Gregory Hunter, *California State Polytechnic University Pomona*
Christopher Hyer, *University of New Mexico*
Leke Ijiyode, *St. Mary's University of Minnesota*
Chris Inama, *Golden Gate University*
Sarbaum Jeff, *University of North Carolina Greensboro*
Chad Jennings, *Tennessee Temple University*
Philipp Jonas, *Kalamazoo Valley Community College*
Robert Jones, *Rensselaer Polytechnic Institute*
Prathibha Joshi, *Gordon College*
Frances Mc Donald, *Northern Virginia Community College*
Edward McGrath, *Holyoke Community College*
Shirley Ann Merchant, *George Washington University*
William Mertens, *University of Colorado*
Mitch Mitchell, *Bladen Community College*
Mitch Mitchell, *North Carolina Wesleyan*
Mike Mogavero, *University of Notre Dame*
Prof Ramesh Mohan, *Bryant University*

Daniel Monchuk, *University of Southern Mississippi*
Vasudeva Murthy, *Creighton University*
David Mushinsk, *Colorado State University*
Paula Nas, *University of Michigan Flint*
Russ Neal, *Collin County Community College*
Megumi Nishimura, *University of Colorado*
Peter Olson, *Indiana University*
Esen Onur, *California State University Sacramento*
Stephen Onyeiwu, *Allegheny College*
Margaret Oppenheimer, *DePaul University*
Glenda Orosco, *Oklahoma State University Institute of Technology*
David Ortmeyer, *Bentley University*
Thomas Owen, *College of the Redwoods*
Jan Palmer, *Ohio University*
Amar Parai, *State University of New York at Fredonia*
Nitin Paranjpe, *Wayne State and Oakland University*
Carl Parker, *Fort Hays State University*
Michael Petrack, *Oakland Community College*
Gyan Pradhan, *Eastern Kentucky University*
Michael Pries, *University of Notre Dame*
Joe Quinn, *Boston College*
Mahesh Ramachandran, *Clark University*
Ratha Ramoo, *Diablo Valley College*
Surekha Rao, *Indiana University Northwest*
Ryan Ratcliff, *University of San Diego*
Scott Redenius, *Brandeis University*
Dosse Toulaboe, *Fort Hays State University*
Richard Trainer, *State University of New York at Nassau*
Ngoc Bich Tran, *San Jacinto College*
Sandra Trejos, *Clarion University of Pennsylvania*
Julie Trivitt, *Arkansas Tech University*
Arja Turunen-Red, *University of New Orleans*
Diane Tyndall, *Craven Community College*
Kay Unger, *University of Montana*
Lee J. Van Scyoc, *University of Wisconsin Oshkosh*
Lisa Verissimo-Bates, *Foothill College*
Priti Verma, *Texas A&M University, Kingsville*

Patrick Walsh, *St. Michael's College*
Jing Wang, *Northeastern University*
Donald Waters, *Brayant and Stratton College, Virginia Beach, Virgina Campus*
Patrick Welle, *Bemidji State University*
Elizabeth Wheaton, *Southern Methodist University*
Luther White, *Central Carolina Community College*
Oxana Wieland, *University of Minnesota Crookston*
John Winters, *Auburn University at Montgomery*
Suzanne Wisniewski, *University of St. Thomas*
Patricia Wiswell, *Columbia-Greene Community College*
Mark Witte, *College of Charleston*
Louis A. Woods, *University of North Florida*
Guy Yamashiro, *California State University Long Beach*
Benhua Yang, *Stetson University*
Leslie Young, *Kilian Community College*
Karen Zempel, *Bryant and Stratton College*

Đội ngũ biên tập viên đã làm việc miệt mài để hoàn thiện cuốn sách này. Như mọi khi, Jane Tufts, biên tập viên phát triển, đã có những hiệu đính thực sự ngoạn mục. Mike Worls, biên tập viên chính về kinh tế học, đã hoàn thành nhiệm vụ gắn kết mọi người với nhau trong một dự án lớn một cách tốt đẹp. Jennifer Thomas và Katie Yanos, giám sát biên tập phát triển, đã có vai trò rất quan trọng trong việc phối hợp một nhóm lớn những nhà kiểm duyệt cẩn trọng để cung cấp cho tôi thông tin phản hồi từ phiên bản trước, cùng với việc phối hợp với một đội ngũ tuyệt vời ngồi lại với nhau để sửa lại phần bổ sung. Colleen Farmer, Giám đốc phụ trách nội dung, và Malvine Litten, Quản lý dự án, đã rất kiên trì và dốc sức rất nhiều để chuyển từ bản thảo ra thành sách. Michelle Kunkler, Giám đốc mỹ thuật, đã góp phần làm cho cuốn sách trông cân đối và thân thiện. Larry Moore đã có những biểu đồ minh họa giúp cho cuốn sách trở nên trực quan hấp dẫn hơn và kinh tế học bớt trừu tượng hơn. Sheryl Nelson, biên tập viên bản thảo, đã giúp thổi hồn vào những câu văn xuôi, và Cindy Kerr, người soạn bảng chỉ dẫn (index), đã giúp chuẩn bị phần này một cách kỹ lưỡng. John Carey, Giám đốc marketing cấp cao, đã tốn rất nhiều thời gian để giúp giới thiệu cuốn sách này đến với độc giả. Ngoài ra, còn có sự đóng góp không mệt mỏi của đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp, nhiệt tình và tận tụy của Nhà xuất bản Cengage như Allyn Bissmeyer, Darrell Frye, Sarah Greber, Betty Jung, Deepak Kumar, Kim Kusnerak, Sharon Morgan, Suellen Ruttkay và Joe Sabatino.

Tôi cũng rất biết ơn Stacy Carlson và Daniel Norris, hai sinh viên xuất sắc của Đại học Harvard, những người đã giúp tôi hoàn thiện bản thảo và kiểm tra các minh chứng từng trang một trong phiên bản này. Josh Bookin, cựu giảng viên chương trình dự bị đại học nâng cao chuyên ngành kinh tế và mới đây được bầu chọn là người đứng đầu xuất sắc của nhóm giảng viên phụ trách môn Ec 10 tại

Harvard, đã cho tôi những lời khuyên vô giá về những tư liệu mới trong phiên bản này.

Và cũng như mọi khi, tôi phải nói lời cảm ơn đến biên tập viên "nhà tôi" Deborah Mankiw. Là người đầu tiên đọc hết tất cả những gì tôi viết ra, cô ấy liên tục đưa ra những lời phê bình lẫn động viên rất kịp thời và chính xác.

Cuối cùng, tôi muốn nhắc đến ba người con của mình Catherine, Nicholas và Peter. Sự đóng góp của các con được ghi nhận trong hoàn cảnh mà người cha dành quá nhiều thời gian cho nghiên cứu. Bốn chúng tôi có nhiều điểm chung với nhau – không ít trong số đó là sở thích về kem (các bạn sẽ thấy rõ hơn ở Chương 4). Có thể một lúc nào đó sớm thôi, một trong số chúng cũng sẽ theo đuổi niềm đam mê về kinh tế học như tôi đã từng theo.

N. Gregory Mankiw

Tháng 12/2010

NỘI DUNG CHI TIẾT

Lời giới thiệu từ người dịch viii
Lời nói đầu dành cho sinh viên x
Lời cảm ơn xii

PHẦN 1. GIỚI THIỆU

1. MƯỜI NGUYÊN LÝ CỦA KINH TẾ HỌC 3

Con người ra quyết định như thế nào? 4
Nguyên lý 1: Con người đối mặt với sự đánh đổi 4
Nguyên lý 2: Chi phí của một thứ là cái mà bạn từ bỏ để có được nó 5
Nguyên lý 3: Con người duy lý suy nghĩ tại điểm cận biên 6
Nguyên lý 4: Con người phản ứng với các động cơ khuyến khích 8
NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG: Những tác động khuyến khích của giá xăng 9

Con người tương tác với nhau như thế nào? 10
Nguyên lý 5: Thương mại có thể làm cho mọi người đều được lợi 10
THEO DÒNG THỜI SỰ: Trả lương khuyến khích 11
Nguyên lý 6: Thị trường thường là một phương thức tốt để tổ chức hoạt động kinh tế 12
BẠN CÓ BIẾT: Adam Smith và bàn tay vô hình 14
Nguyên lý 7: Đôi khi chính phủ có thể cải thiện được kết cục thị trường 14

Nền kinh tế vận hành như thế nào? 16
Nguyên lý 8: Mức sống của một nước phụ thuộc vào năng lực sản xuất hàng hóa và dịch vụ của nước đó 16
Nguyên lý 9: Giá cả tăng khi chính phủ in quá nhiều tiền 17
Nguyên lý 10: Xã hội đối mặt với sự đánh đổi ngắn hạn giữa lạm phát và thất nghiệp 18

Kết luận 19
BẠN CÓ BIẾT: Cách đọc quyển sách này 20

2. SUY NGHĨ NHƯ MỘT NHÀ KINH TẾ HỌC 26

Nhà kinh tế là nhà khoa học 26
Phương pháp khoa học: Quan sát, lý thuyết, và quan sát nhiều hơn 27
Vai trò của các giả định 28
Mô hình kinh tế học 29

Mô hình đầu tiên: Sơ đồ chu chuyển 29
Mô hình thứ 2: Đường giới hạn khả năng sản xuất 31
Kinh tế học vi mô và kinh tế học vĩ mô 34

Nhà kinh tế học như là nhà tư vấn chính sách 35
BẠN CÓ BIẾT: Ai học kinh tế học 36
Phân tích thực chứng và phân tích chuẩn tắc 36
Các nhà kinh tế ở Washington 37
THEO DÒNG THỜI SỰ: Kinh tế học của Tổng thống Obama 39
Tại sao không phải lúc nào những ý kiến tư vấn của các nhà kinh tế cũng được lắng nghe 40

Tại sao các nhà kinh tế bất đồng ý kiến 41
Sự khác nhau về đánh giá khoa học 41
Khác nhau về giá trị 41
Nhận thức và thực tiễn 42

Nào cùng đi tiếp 44

Phụ lục: Phương pháp vẽ đồ thị 47
Đồ thị đơn biến 48
Đồ thị hai biến: Hệ tọa độ 48
Các đường cong trong hệ tọa độ 49
Độ dốc 52
Nguyên nhân và kết quả 54
Bỏ sót biến 54

3. SỰ PHỤ THUỘC LẪN NHAU VÀ LỢI ÍCH TỪ THƯƠNG MẠI 57

Ngụ ngôn của nền kinh tế hiện đại 58
Khả năng sản xuất 58
Chuyên môn hóa và thương mại 60

Lợi thế so sánh: Động lực của chuyên môn hóa 62
Lợi thế tuyệt đối 62
Chi phí cơ hội và lợi thế so sánh 63
Lợi thế so sánh và thương mại 64
Giá cả thương mại 65
BẠN CÓ BIẾT: Di sản của Adam Smith và David Ricardo 66

Những ứng dụng của lợi thế so sánh 66
Tom Brady có nên tự cắt cỏ không? 66
Hoa Kỳ nên trao đổi với các nước khác không? 67

Kết luận 68

PHẦN II. CÁC THỊ TRƯỜNG VẬN HÀNH NHƯ THẾ NÀO

4. CÁC LỰC LƯỢNG CUNG VÀ CẦU TRÊN THỊ TRƯỜNG 77

Các thị trường và sự cạnh tranh 77
Thị trường là gì? 77
Cạnh tranh là gì? 78

Cầu 79
Đường cầu: Mối quan hệ giữa lượng cầu và giá bán 79
Cầu thị trường và cầu cá nhân 80
Sự dịch chuyển của đường cầu 81
Hai cách giảm cầu thuốc lá 84
Cung 85
Đường cung: Mối quan hệ giữa mức giá và lượng cung 85
Cung thị trường và cung cá nhân 86
Sự dịch chuyển của đường cung 87
Sự kết hợp của cung và cầu 89
Cân bằng 89
Ba bước phân tích sự thay đổi của trạng thái cân bằng 91
Kết luận: Giá cả phân bổ các nguồn lực như thế nào? 95
THEO DÒNG THỜI SỰ: Giá tăng sau thảm họa 96

5. ĐỘ CO GIÃN VÀ ỨNG DỤNG 103

Độ co giãn của cầu 103
Độ co giãn của cầu theo giá và các nhân tố ảnh hưởng 104
Tính độ co giãn của cầu theo giá 105
Phương pháp trung điểm: Một cách tốt hơn để tính tỷ lệ phần trăm thay đổi và độ co giãn 105
Sự đa dạng của đường cầu 106
BẠN CÓ BIẾT: Độ co giãn trên thực tế 108
Tổng doanh thu và độ co giãn của cầu theo giá 108
Độ co giãn và tổng doanh thu dọc theo đường cầu tuyến tính 110
Các độ co giãn khác của cầu 111
Độ co giãn của cung 112
Độ co giãn của cung theo giá và các yếu tố ảnh hưởng 112
Tính độ co giãn của cung theo giá 113
Các loại đường cung 114
Ba ứng dụng của cung, cầu và độ co giãn 115
Liệu tin tốt trong nông nghiệp có phải là tin xấu đối với nông dân? 116
Vì sao OPEC thất bại trong việc giữ giá dầu ở mức cao? 118
Ngăn chặn ma túy làm tăng hay giảm tội phạm liên quan đến ma túy? 119
Kết luận 121

6. CUNG, CẦU VÀ CHÍNH SÁCH CHÍNH PHỦ 127

Kiểm soát giá 128
Giá trần tác động đến kết quả thị trường như thế nào? 128
NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG: Rồng rắn xếp hàng Tại Trạm Xăng 130
NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG: Kiểm soát tiền thuê nhà trong ngắn hạn và trong dài hạn 131
Cách thức giá sàn ảnh hưởng đến kết quả của thị trường 132
NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG: Lương tối thiểu 134
Đánh giá việc kiểm soát giá 136
THEO DÒNG THỜI SỰ: Có nên cho phép thực tập không lương? 137

Thuế 138
Cách thức thuế đánh vào người bán tác động đến kết quả thị trường 138
Cách thức thuế đánh vào người mua tác động đến kết quả thị trường 140
NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG: Liệu Quốc hội có thể phân phối được gánh nặng của thuế tiền lương? 141
Độ co giãn và phạm vi ảnh hưởng của thuế 143
NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG: Ai trả thuế hàng hóa xa xỉ? 144
Kết luận 145

PHẦN III. THỊ TRƯỜNG VÀ PHÚC LỢI

7. NGƯỜI TIÊU DÙNG, NHÀ SẢN XUẤT VÀ HIỆU QUẢ CỦA THỊ TRƯỜNG 153

Thặng dư tiêu dùng 154
Giá sẵn lòng trả 154
Sử dụng đường cầu để đo lường thặng dư tiêu dùng 155
Mức giá thấp hơn làm tăng thặng dư tiêu dùng như thế nào 157
Thặng dư tiêu dùng đo lường cái gì? 158
Thặng dư sản xuất 159
Chi phí và giá sẵn lòng bán 159
Sử dụng đường cung để đo lường thặng dư sản xuất 161
Mức giá cao hơn làm tăng thặng dư sản xuất như thế nào 162
Hiệu quả thị trường 163
Nhà hoạch định xã hội tốt bụng 163
Đánh giá cân bằng thị trường 165
NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG: Có nên tồn tại một thị trường mua bán các bộ phận cơ thể? 167
Kết luận: Hiệu quả thị trường và thất bại thị trường 168

8. ỨNG DỤNG: CHI PHÍ CỦA THUẾ 174

Tổn thất vô ích của thuế 175
Thuế tác động như thế nào đến các bên tham gia thị trường 175
Tổn thất vô ích và lợi ích từ thương mại 178
Các yếu tố ảnh hưởng đến tổn thất vô ích 179
NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG: Tranh luận về tổn thất vô ích 181
Tổn thất vô ích và doanh thu thuế khi mức thuế thay đổi 182
NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG: Đường cong Laffer và Kinh tế học trọng cung 184
Kết luận 185

9. ỨNG DỤNG: THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ 190

Các yếu tố ảnh hưởng thương mại 190
Cân bằng thị trường trong trường hợp không tồn tại thương mại 191
Giá thế giới và lợi thế so sánh 192
NHững người hưởng lợi và những người bị tổn thất từ thương mại 193
Lợi ích và tổn thất của một nước xuất khẩu 193
Lợi ích và tổn thất của nước nhập khẩu 195

Tác động của thuế quan 196
Bài học cho chính sách thương mại 198
BẠN CÓ BIẾT: Hạn ngạch nhập khẩu: một cách thức khác để hạn chế thương mại 199
Những lợi ích khác của thương mại quốc tế 200
Những lập luận ủng hộ hạn chế thương mại **201**
Lập luận về việc làm 201
Lập luận về an ninh quốc gia 202
Lập luận bảo hộ ngành công nghiệp non trẻ 203
Lập luận cạnh tranh không công bằng 203
Lập luận về bảo hộ như là một chiến lược đàm phán 204
NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG: Hiệp định Thương mại và Tổ chức Thương mại Thế giới 204
Kết luận **205**

PHẦN IV. KINH TẾ HỌC CỦA KHU VỰC NGOẠI CÔNG

10. NGOẠI TÁC **215**

Ngoại tác và sự không hiệu quả của thị trường **217**
Kinh tế học phúc lợi: Ôn tập 217
Ngoại tác tiêu cực 218
Ngoại tác tích cực 219
NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG: Tác động lan tỏa của công nghệ, chính sách công nghiệp, và bảo vệ bản quyền 220
Chính sách công đối với ngoại tác **221**
Chính sách mệnh lệnh và kiểm soát: Luật điều chỉnh 222
Chính sách dựa vào thị trường 1: Thuế và trợ cấp hiệu chỉnh 222
NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG: Tại sao xăng dầu bị đánh thuế rất nặng? 224
Chính sách dựa vào thị trường 2: Giấy phép gây ô nhiễm có thể chuyển nhượng 225
Những bất bình đối với phân tích kinh tế về ô nhiễm 227
Giải pháp tư đối với ngoại tác **228**
Các nhóm giải pháp tư 228
Định lý Coase 229
Tại sao giải pháp tư không phải lúc nào cũng thành công 230
Kết luận **231**

11. HÀNG HÓA CÔNG VÀ NGUỒN LỰC CHUNG **237**

Các loại hàng hóa **237**
Hàng hóa công **240**
Vấn đề kẻ thụ hưởng miễn phí 240
Một số hàng hóa công quan trọng 241
NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG: Ngọn hải đăng có phải là hàng hóa công? 243
Nhiệm vụ khó khăn của phân tích chi phí-lợi ích 244
NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG: Mạng sống đáng giá bao nhiêu? 244
Nguồn lực chung **246**
Bi kịch nguồn lực chung 246
Một số nguồn lực chung quan trọng 247

NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG: Tại sao cừu không bị tuyệt chủng 249
Kết luận: Tầm quan trọng của Quyền Sở hữu **249**

12. THIẾT KẾ HỆ THỐNG THUẾ **255**

Tổng quan Tài chính của Chính phủ Hoa Kỳ **256**
Chính quyền liên bang 257
NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG: Thử thách tài khóa đang chờ đón 260
Chính quyền bang và địa phương 262
Thuế và hiệu quả **264**
Tổn thất vô ích 264
NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG: Nên đánh thuế thu nhập hay tiêu dùng? 265
Gánh nặng hành chính 266
Thuế suất biên hay thuế suất trung bình 267
Thuế đồng nhất 268
Thuế và Công bằng **269**
Nguyên lý lợi ích 269
Nguyên lý khả năng chi trả 270
NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG: Gánh nặng thuế được phân bổ như thế nào? 271
Phạm vi ảnh hưởng và tính công bằng của thuế 273
NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG: Ai đóng thuế thu nhập doanh nghiệp? 273
Kết luận: Sự Đánh đổi giữa Công bằng và Hiệu quả **274**

PHẦN V. HÀNH VI CỦA DOANH NGHIỆP VÀ TỔ CHỨC NGÀNH

13. CHI PHÍ SẢN XUẤT **283**

Chi phí là gì? **284**
Tổng doanh thu, tổng chi phí và lợi nhuận 284
Chi phí tính bằng chi phí cơ hội 285
Chi phí sử dụng vốn được xem như là một loại chi phí cơ hội 286
Lợi nhuận kinh tế và lợi nhuận kế toán 286
Sản xuất và Chi phí **288**
Hàm sản xuất 288
Từ hàm sản xuất đến đường tổng chi phí 290
Các Đo lường Khác nhau về Chi phí **291**
Chi phí cố định và chi phí biến đổi 291
Chi phí bình quân và chi phí biên 292
Đường chi phí và hình dạng của nó 294
Các đường chi phí điển hình 296
Chi phí trong Ngắn hạn và trong Dài hạn **297**
Mối quan hệ giữa tổng chi phí bình quân ngắn hạn và dài hạn 297
Lợi thế và bất lợi kinh tế theo quy mô 299
BẠN CÓ BIẾT: Bài học từ nhà máy sản xuất đinh ghim 300
Kết luận 300

14. DOANH NGHIỆP TRÊN THỊ TRƯỜNG CẠNH TRANH **308**

Thị trường Cạnh tranh là gì? **309**
Ý nghĩa của cạnh tranh 309
Doanh thu của một doanh nghiệp cạnh tranh 310
Tối đa hóa Lợi nhuận và Đường Cung của **311**
Doanh nghiệp Cạnh tranh 311
Một ví dụ đơn giản về tối đa hóa lợi nhuận 311
Đường chi phí biên và quyết định về đường cung của doanh nghiệp 313
Quyết định đóng cửa của doanh nghiệp trong ngắn hạn 315
Bình sữa bị đổ và các chi phí chìm khác 316
NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG: Những nhà hàng ế ẩm và sân golf mini lúc trái mùa 317
Quyết định rời khỏi hay gia nhập thị trường
của doanh nghiệp trong dài hạn 318
Đo lường lợi nhuận trên đồ thị của doanh nghiệp cạnh tranh 319
Đường Cung trên Thị trường Cạnh tranh **320**
Trong ngắn hạn: đường cung thị trường khi số lượng doanh nghiệp không đổi 321
Trong dài hạn: Đường cung thị trường khi có sự gia nhập
hay rời khỏi thị trường 321
Tại sao doanh nghiệp vẫn tiếp tục kinh doanh khi mà lợi nhuận bằng không? 323
Sự dịch chuyển của đường cầu trong ngắn hạn và dài hạn 324
Tại sao đường cung trong dài hạn có thể dốc lên 324
Kết luận: Phía sau Đường cung **326**

15. DOANH NGHIỆP ĐỘC QUYỀN **334**
Nguyên nhân của độc quyền? 335
Độc quyền về Nguồn lực 336
Độc quyền do chính phủ tạo ra 336
Độc quyền tự nhiên 337
Các Doanh nghiệp Độc quyền Đưa ra các Quyết định về 339
Sản xuất và Giá cả Như thế nào? 339
Độc quyền và cạnh tranh 339
Doanh thu của doanh nghiệp độc quyền 340
Tối đa hóa lợi nhuận 342
BẠN CÓ BIẾT: Tại sao doanh nghiệp độc quyền không có đường cung 344
Lợi nhuận của doanh nghiệp độc quyền 345
NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG: Dược phẩm độc quyền và thuốc thay thế 345
Tổn thất Phúc lợi do độc quyền gây ra **347**
Tổn thất vô ích 347
Liệu lợi nhuận độc quyền có phải là một sự tổn thất xã hội? 350
Phân biệt giá **351**
Câu chuyện về sự phân biệt giá 351
Ý nghĩa của câu chuyện 352
Những phân tích về hành vi phân biệt giá 353
Các ví dụ về hành vi phân biệt giá 355
Chính sách của Chính phủ đối với các doanh nghiệp độc quyền **356**
Tăng mức độ cạnh tranh bằng luật chống độc quyền 357
Quản lý 358

Sở hữu nhà nước 359
Không làm gì cả 359
Kết luận: Sự thịnh hành của các doanh nghiệp độc quyền **360**

16. CẠNH TRANH ĐỘC QUYỀN **370**

Giữa Độc quyền và Cạnh tranh hoàn hảo **370**
Cạnh tranh bằng các sản phẩm khác biệt **373**
Doanh nghiệp cạnh tranh độc quyền trong ngắn hạn 373
Cân bằng trong dài hạn 374
Cạnh tranh độc quyền và cạnh tranh hoàn hảo 376
Cạnh tranh độc quyền và phúc lợi xã hội 377
Quảng cáo **379**
Tranh luận về quảng cáo 379
Quảng cáo và giá mắt kính 380
Quảng cáo – một tín hiệu của chất lượng 381
BẠN CÓ BIẾT: Galbraith đối đầu Hayek 382
Thương hiệu 383
Kết luận **385**

17. ĐỘC QUYỀN NHÓM **391**

Thị trường chỉ có vài người bán **391**
Ví dụ về thị trường nhị quyền 392
Cạnh tranh, độc quyền và cartel 393
Trạng thái cân bằng của thị trường độc quyền nhóm 394
Quy mô của thị trường độc quyền nhóm tác động tới kết cục thị trường như thế nào 395
Kinh tế học về sự hợp tác **397**
Tình huống tiến thoái lưỡng nan của người tù 397
Doanh nghiệp độc quyền nhóm – Một dạng tình huống tiến thoái lưỡng nan của người tù 399
NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG: OPEC và thị trường dầu thô thế giới 400
Các ví dụ khác về tình huống tiến thoái lưỡng nan của người tù 401
Tình huống tiến thoái lưỡng nan của người tù và phúc lợi xã hội 403
Tại sao mọi người vẫn thỉnh thoảng hợp tác với nhau 403
NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG: Giải đấu về tình huống tiến thoái lưỡng nan của người tù 404
Chính sách công về thị trường độc quyền nhóm **405**
Hạn chế của những bộ luật thương mại và luật chống độc quyền 405
Một cuộc điện thoại bất hợp pháp 406
Những điểm gây tranh cãi của chính sách chống độc quyền 407
NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG: Vụ kiện tập đoàn Microsoft 409
Kết luận **411**

PHẦN VI. KINH TẾ HỌC VỀ THỊ TRƯỜNG LAO ĐỘNG

18. THỊ TRƯỜNG CÁC YẾU TỐ SẢN XUẤT **421**

Cầu Lao động 422
Doanh nghiệp cạnh tranh tối đa hóa lợi nhuận 423
Hàm sản xuất và sản lượng biên của lao động 424
Giá trị sản lượng biên và cầu lao động 425
Yếu tố nào làm cho Đường cầu lao động dịch chuyển? 427

Cung Lao động **429**
Sự đánh đổi giữa công việc và nhàn rỗi 429
BẠN CÓ BIẾT: Cuộc nổi loạn của những người bảo thủ 429
Yếu tố nào làm cho đường cung lao động dịch chuyển? 430

Cân bằng trên Thị trường Lao động **431**
Dịch chuyển cầu lao động 432
Năng suất và mức lương 433

Các yếu tố sản xuất khác: Đất và Vốn **434**
Cân bằng trên các thị trường đất và vốn 435
BẠN CÓ BIẾT: Độc quyền mua 435
Mối liên hệ giữa các yếu tố sản xuất 437
BẠN CÓ BIẾT: Thu nhập vốn là gì? 437
Kinh tế học về cái chết đen 438

Kết luận **439**

19. TIỀN LƯƠNG VÀ PHÂN BIỆT ĐỐI XỬ **445**

Một số yếu tố quyết định mức lương cân bằng **445**
Chênh lệch lương 446
Vốn con người 447
NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG: Giá trị tăng thêm của các kỹ năng 447
Năng lực, nỗ lực, và cơ hội 449
NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG: Lợi ích của sắc đẹp 450
Quan điểm khác về giáo dục: Cung cấp thông tin 451
Hiện tượng siêu sao 452
Mức lương trên mức cân bằng: Luật mức lương tối thiểu, công đoàn, và mức lương hiệu quả 453

Kinh tế học về Phân biệt đối xử **454**
Đo lường phân biệt đối xử trên thị trường lao động 454
NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG: Có phải Emily có khả năng xin việc hơn Lakisha hay không? 456
Phân biệt đối xử của chủ doanh nghiệp 457
NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG: Xe điện phân biệt đối xử và động cơ lợi nhuận 458
Phân biệt đối xử do khách hàng và chính phủ 459
NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG: Phân biệt đối xử trong thể thao 460

Kết luận **461**

20. BẤT BÌNH ĐẲNG THU NHẬP VÀ NGHÈO **466**

Đo lường bất bình đẳng **467**
Bất bình đẳng thu nhập ở Hoa Kỳ 467
Bất bình đẳng trên thế giới 468
Tỷ lệ nghèo 470

Các vấn đề trong Đo lường Bất bình đẳng 471
NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG: Các phương pháp thay thế đo lường bất bình đẳng 473
Biến động kinh tế 474

Triết lý Chính trị về Tái Phân phối Thu nhập 475
Chủ nghĩa thỏa dụng 475
Chủ nghĩa tự do 477
Chủ nghĩa tự do cá nhân 478

Chính sách giảm nghèo 480
Luật mức lương tối thiểu 480
Phúc lợi 481
Thuế thu nhập âm 482
Chuyển nhượng dưới dạng hàng hóa 483
Các chương trình giảm nghèo và Động cơ làm việc 483
THEO DÒNG THỜI SỰ: Căn nguyên của khủng hoảng tài chính 484

Kết luận 486

PHẦN VII. NHỮNG CHỦ ĐỀ NGHIÊN CỨU NÂNG CAO

21. LÝ THUYẾT VỀ SỰ LỰA CHỌN CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG 495

Giới hạn ngân sách: Khả năng mua hàng của người tiêu dùng 496

Sự ưa thích: Những gì mà người tiêu dùng muốn 498
Thể hiện sự yêu thích bằng đường bàng quan 498
Bốn tính chất của đường bàng quan 499
Hai trường hợp đặc biệt của đường bàng quan 500

Tối ưu hóa: người tiêu dùng sẽ chọn gì? 502
Những lựa chọn tối ưu của người tiêu dùng 502
BẠN CÓ BIẾT: Độ thỏa dụng: một cách khác để diễn tả sở thích và sự tối ưu hóa 504
Tác động của thay đổi trong thu nhập lên sự lựa chọn của người tiêu dùng 504
Tác động của thay đổi giá lên hành vi người tiêu dùng 506
Tác động thu nhập và tác động thay thế 507
Xây dựng đường cầu 509

Ba ứng dụng 510
Có phải mọi đường cầu đều dốc xuống? 510
NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG: Cuộc tìm kiếm các hàng hóa Giffen 511
Các mức lương ảnh hưởng đến cung lao động như thế nào? 512
NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG: Tác động thu nhập với cung lao động: Những xu hướng lịch sử, những người trúng số và phán đoán của Carnegie 514
Lãi suất tác động lên tiết kiệm của hộ gia đình như thế nào? 515

Kết luận: Con người có thực sự nghĩ theo hướng này không? 518

22. NHỮNG HƯỚNG NGHIÊN CỨU MỚI TRONG KINH TẾ HỌC VI MÔ 525

Thông tin bất cân xứng 526
Hành vi được che đậy: chủ thể, tác nhân và rủi ro đạo đức 526
Tính chất bị che đậy: "lựa chọn ngược" và "vấn đề về thị trường xe hơi cũ" 527

BẠN CÓ BIẾT: Quản lý công ty hợp vốn 528
Cung cấp thông tin để truyền đi thông tin riêng 529
NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG: Tín hiệu của quà tặng 531
Thẩm tra để biết thông tin riêng 531
Bất cân xứng thông tin và các chính sách công 532
Kinh tế chính trị **533**
Nghịch lý Condorcet trong bầu cử 533
Định luật bất khả thi Arrow 535
Người bầu cử ở trung vị giữ quyền quyết định 536
Những nhà chính trị cũng là những con người 538
Kinh tế học hành vi **538**
Con người không phải lúc nào cũng lý trí 539
Con người quan tâm đến sự công bằng 540
Con người không nhất quán 542
Kết luận 543
THUẬT NGỮ **548**

DỊCH VÀ HIỆU ĐÍNH

Kinh tế học vi mô – N. Gregory Mankiw – xuất bản lần thứ 6

CHỦ TRÌ

– Trương Đăng Thụy
Tiến sĩ, Trưởng Bộ môn Kinh tế học, Đại học Kinh tế TP.HCM

NHÓM DỊCH

– Trương Quang Hùng
Thạc sĩ, Phó trưởng Khoa Kinh tế, Đại học Kinh tế TP.HCM
Dịch các chương 1, 2 và 3

– Nguyễn Thanh Triều
Thạc sĩ, Trưởng Bộ môn Kế hoạch – Đầu tư – Phát triển, Khoa Kinh tế,
Đại học Kinh tế TP.HCM
Dịch các chương 3, 4 và 5

– Nguyễn Thị Hoàng Oanh
Thạc sĩ, Giảng viên Bộ môn Kinh tế học, Khoa Kinh tế,
Đại học Kinh tế TP.HCM
Dịch các chương 7, 8 và 9

– Hồ Hoàng Anh
Thạc sĩ, Giảng viên Bộ môn Kế hoạch – Đầu tư – Phát triển, Khoa Kinh tế,
Đại học Kinh tế TP.HCM
Dịch các chương 10, 11 và 12

– Lê Thành Nhân
Thạc sĩ, Giảng viên Bộ môn Kinh tế học, Khoa Kinh tế, Đại học Kinh tế TP.HCM
Dịch các chương 13 và 14

– Nguyễn Đình Quý
Thư viện Khoa Kinh tế, Đại học Kinh tế TP.HCM
Dịch các chương 15, 16 và 17

– Đặng Đình Thắng
Giảng viên Bộ môn Quản lý nguồn nhân lực, Khoa Kinh tế,
Đại học Kinh tế TP.HCM
Dịch các chương 18, 19 và 20

– Nguyễn Quang
Thạc sĩ, Chương trình Việt Nam – Hà Lan Đào tạo Cao học Kinh tế phát triển
Dịch các chương 21 và 22

HIỆU ĐÍNH

- Trương Đăng Thụy
  Tiến sĩ, Trưởng Bộ môn Kinh tế học, Đại học Kinh tế TP.HCM
  Hiệu đính các chương 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 18, 19, 20, 21 và 22
- Lê Thành Nhân
  Thạc sĩ, Giảng viên Bộ môn Kinh tế học, Khoa Kinh tế,
  Đại học Kinh tế TP.HCM
  Hiệu đính các chương 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16 và 17
- Đặng Đình Thắng
  Thạc sĩ, Giảng viên Bộ môn Quản lý nguồn nhân lực, Khoa Kinh tế,
  Đại học Kinh tế TP.HCM
  Tham gia hiệu đính các chương 6, 7, 8 và 9

PHẦN I

GIỚI THIỆU

1

MƯỜI NGUYÊN LÝ CỦA KINH TẾ HỌC

Thuật ngữ *nền kinh tế* (*economy*) bắt nguồn từ tiếng Hy Lạp *oikonomos* có nghĩa là "*người quản gia*". Thoạt tiên, ngữ nghĩa căn nguyên này có vẻ kỳ lạ. Nhưng thực ra, các hộ gia đình và nền kinh tế có rất nhiều điểm tương đồng.

Một hộ gia đình phải đối mặt với nhiều quyết định. Nó phải quyết định các thành viên trong hộ gia đình làm những nhiệm vụ gì và mỗi thành viên nhận lại được gì: Ai nấu bữa tối? Ai giặt quần áo? Ai nhận được món tráng miệng thêm trong bữa tối? Ai được chọn xem các chương trình truyền hình? Tóm lại, các hộ gia đình phải phân bổ nguồn lực khan hiếm của mình giữa các thành viên khác nhau tùy theo khả năng, nỗ lực, và mong muốn của từng thành viên.

Cũng giống như một gia đình, xã hội phải đối mặt với nhiều quyết định. Một xã hội phải quyết định cần phải làm gì và ai sẽ làm công việc đó. Xã hội cần phải có một số người sản xuất thực phẩm, một số người khác sản xuất quần áo và một số khác thiết kế các phần mềm máy tính. Một khi xã hội đã phân bổ được mọi người (và đất đai, nhà xưởng, máy móc) vào những ngành nghề khác nhau, xã hội cũng phải phân bổ sản lượng hàng hóa và dịch vụ mà nó sản xuất ra. Xã hội phải quyết định ai sẽ ăn trứng cá và ai sẽ ăn khoai tây. Xã hội phải quyết định ai sẽ đi xe Ferrari và ai sẽ đi xe buýt.

Việc quản lý nguồn lực của xã hội có ý nghĩa quan trọng vì nguồn lực khan hiếm. **Khan hiếm**[1] có nghĩa là các nguồn lực của xã hội hạn chế và không thể sản xuất mọi hàng hóa và dịch vụ mà mọi người mong muốn. Giống như một hộ gia đình không thể đáp ứng mọi mong muốn của tất cả mọi người, xã hội cũng không thể làm cho mỗi cá nhân có được mức sống cao nhất như họ khao khát.

Kinh tế học[2] là môn học nghiên cứu cách xã hội quản lý các nguồn lực khan hiếm. Ở hầu hết các xã hội, nguồn lực được phân bổ không phải bởi một nhà độc tài có toàn quyền, mà thông qua sự tương tác qua lại giữa hàng triệu hộ gia đình và doanh nghiệp. Do đó, các nhà kinh tế nghiên cứu con người ra quyết định như thế nào: họ làm việc bao lâu, mua cái gì, tiết kiệm bao nhiêu và đầu tư khoản tiết

---

1. **Khan hiếm**: bản chất nguồn lực xã hội có giới hạn.
2. **Kinh tế học:** nghiên cứu cách thức xã hội quản lý nguồn lực khan hiếm.

kiệm ấy ra sao. Các nhà kinh tế cũng nghiên cứu xem con người tương tác với nhau như thế nào. Ví dụ, họ muốn phân tích xem làm thế nào mà nhiều người mua và bán một mặt hàng lại có thể cùng nhau xác định giá cả và lượng hàng bán ra. Cuối cùng, nhà kinh tế phân tích các lực lượng và xu thế tác động đến nền kinh tế với tư cách một tổng thể, bao gồm tăng trưởng thu nhập bình quân, tỷ lệ dân cư không thể tìm được việc làm và tốc độ tăng giá.

Kinh tế học nghiên cứu nền kinh tế dưới nhiều góc độ khác nhau, nhưng môn học này thống nhất với nhau ở một số ý tưởng cơ bản. Trong chương này, chúng ta sẽ xem xét Mười Nguyên lý của Kinh tế học. Đừng lo lắng nếu như bạn chưa hiểu ngay tất cả các nguyên lý đó, hoặc nếu như bạn thấy các nguyên lý đó chưa hoàn toàn thuyết phục. Trong các chương tiếp theo, chúng ta sẽ khảo sát đầy đủ hơn các ý tưởng này. Mười nguyên lý được giới thiệu ở đây chỉ nhằm giúp các bạn có một cái nhìn tổng quan về kinh tế học. Bạn có thể xem chương này là "sự báo trước những điều hấp dẫn sắp tới".

CON NGƯỜI RA QUYẾT ĐỊNH NHƯ THẾ NÀO?

Nền kinh tế không có gì là huyền bí. Cho dù chúng ta đang nói về nền kinh tế của Los Angeles, Hoa Kỳ, hay của toàn thế giới, thì nền kinh tế cũng chỉ là một nhóm người tương tác với nhau trong cuộc đấu tranh sinh tồn của họ. Bởi vì hoạt động của nền kinh tế chẳng qua phản ánh tác động gộp hành vi của các cá nhân, nên chúng ta khởi đầu nghiên cứu kinh tế học bằng bốn nguyên lý về cách thức ra quyết định cá nhân.

Nguyên lý 1: Con người đối mặt với sự đánh đổi

Bạn đã từng nghe câu ngạn ngữ sau: "Chẳng có gì là cho không cả". Để có được một thứ ưa thích, chúng ta thường phải từ bỏ một thứ khác mà mình cũng ưa thích. Ra quyết định đòi hỏi phải đánh đổi mục tiêu này để đạt được một mục tiêu khác. Chúng ta hãy xem xét tình huống một cô sinh viên phải quyết định phân bổ nguồn lực quý báu nhất của mình: đó là thời gian của cô. Cô có thể dùng toàn bộ thời gian để nghiên cứu kinh tế học, dùng toàn bộ thời gian để nghiên cứu tâm lý học, hoặc phân chia thời gian giữa hai môn học đó. Để tăng thêm một giờ học môn này, cô phải từ bỏ một giờ học môn kia. Để tăng thêm mỗi giờ học, cô phải từ bỏ một giờ mà lẽ ra cô có thể có được giấc ngủ trưa ngắn, đạp xe, xem TV hoặc đi làm thêm.

Hoặc hãy xem xét cách thức các bậc cha mẹ ra quyết định chi tiêu thu nhập của gia đình của họ. Họ có thể mua thực phẩm, quần áo hay quyết định đưa cả nhà đi du lịch. Họ cũng có thể tiết kiệm một phần thu nhập cho lúc về già hay cho con cái vào học đại học. Khi quyết định chi tiêu thêm một đô la cho một trong những hàng hóa trên, họ phải giảm một đô la chi cho các hàng hóa khác.

Khi con người tập hợp lại thành xã hội, họ đối mặt với nhiều loại đánh đổi. Ví dụ kinh điển là sự đánh đổi giữa "súng và bơ". Khi xã hội chi tiêu cho quốc phòng càng nhiều để bảo vệ bờ cõi khỏi giặc ngoại xâm (súng), xã hội sẽ phải chi tiêu ít đi cho hàng tiêu dùng phục vụ đời sống của người dân (bơ). Sự đánh đổi quan trọng

trong xã hội hiện đại là giữa môi trường trong sạch và thu nhập. Các đạo luật yêu cầu doanh nghiệp phải cắt giảm lượng chất thải gây ô nhiễm sẽ đẩy chi phí sản xuất lên cao. Do chi phí cao hơn, nên cuối cùng các doanh nghiệp này kiếm được ít lợi nhuận hơn, trả lương thấp hơn, bán với giá cao hơn, hoặc kết hợp cả ba yếu tố này. Như vậy, mặc dù các quy định về chống ô nhiễm đem lại ích lợi cho chúng ta ở chỗ làm cho môi trường trong sạch hơn và nhờ đó sức khỏe của chúng ta tốt hơn, nhưng chúng ta phải chấp nhận tổn thất là giảm thu nhập của chủ doanh nghiệp, công nhân hoặc người tiêu dùng.

Một sự đánh đổi nữa mà xã hội đối mặt là giữa bình đẳng và hiệu quả. **Hiệu quả**[1] là khái niệm dùng để chỉ việc xã hội nhận được lợi ích cao nhất từ các nguồn lực khan hiếm của mình. **Bình đẳng**[2] là khái niệm chỉ lợi ích thu được từ các nguồn lực khan hiếm đó được phân chia một cách đồng đều giữa các thành viên của xã hội. Nói cách khác, hiệu quả để cập đến quy mô của chiếc bánh kinh tế, còn bình đẳng nói lên chiếc bánh đó được phân chia như thế nào.

Khi thiết kế các chính sách của chính phủ, hai mục tiêu này thường xung đột với nhau. Chẳng hạn, chúng ta hãy xem xét các chính sách nhằm đạt được sự phân phối phúc lợi kinh tế một cách bình đẳng hơn. Một số chính sách, ví dụ hệ thống phúc lợi xã hội hoặc bảo hiểm thất nghiệp, tìm cách trợ giúp cho những thành viên của xã hội cần đến sự giúp đỡ nhiều nhất. Các chính sách khác, ví dụ thuế thu nhập cá nhân, yêu cầu những người thành công về mặt tài chính phải đóng góp nhiều hơn người khác trong việc hỗ trợ cho hoạt động của chính phủ. Trong khi các chính sách này đạt được sự bình đẳng hơn, chúng làm giảm hiệu quả. Khi chính phủ tái phân phối thu nhập từ người giàu sang người nghèo, nó làm giảm phần thưởng trả cho sự làm việc chăm chỉ và kết quả là mọi người làm việc ít hơn và sản xuất ra ít hàng hóa và dịch vụ hơn. Nói cách khác, khi chính phủ cố gắng cắt chiếc bánh kinh tế thành những phần đều nhau hơn, thì chiếc bánh nhỏ lại.

Cần phải nhận ra rằng việc con người phải đối mặt với sự đánh đổi không tự cho chúng ta biết họ nên ra những quyết định gì. Một sinh viên không nên từ bỏ môn tâm lý học chỉ để tăng thời gian cho việc nghiên cứu môn kinh tế học. Xã hội không nên ngừng bảo vệ môi trường chỉ vì các quy định về môi trường làm giảm mức sống vật chất của chúng ta. Không nên bỏ rơi người nghèo chỉ vì việc trợ giúp họ làm bóp méo các động cơ làm việc. Mặc dù vậy, việc nhận thức được những sự đánh đổi trong cuộc sống có ý nghĩa quan trọng, bởi vì con người có thể ra quyết định tốt khi họ hiểu rõ những phương án lựa chọn mà họ đang có. Do vậy, việc nghiên cứu kinh tế học của chúng ta bắt đầu bằng việc công nhận sự đánh đổi trong cuộc sống.

Nguyên lý 2: Chi phí của một thứ là cái mà bạn từ bỏ để có được nó

Vì con người đối mặt với sự đánh đổi, nên việc ra quyết định đòi hỏi phải so sánh chi phí và lợi ích của các phương án hành động khác nhau. Song trong nhiều

1. **Hiệu quả:** là tình trạng mà ở đó xã hội đạt được nhiều nhất từ nguồn lực khan hiếm.
2. **Bình đẳng:** tình trạng phân phối sự thịnh vượng kinh tế một cách bằng nhau giữa các thành viên trong xã hội.

trường hợp, chi phí của một hành động nào đó không phải lúc nào cũng rõ ràng như biểu hiện ban đầu của chúng.

Chẳng hạn, chúng ta xem xét quyết định liệu có nên đi học đại học hay không. Lợi ích chính là làm giàu thêm kiến thức và có được những cơ hội làm việc tốt hơn trong cả cuộc đời. Nhưng chi phí của nó là gì? Để trả lời câu hỏi này, bạn có lẽ muốn cộng số tiền chi tiêu cho học phí, sách vở, nhà ở lại với nhau. Nhưng tổng số tiền này không thực sự biểu hiện những gì bạn từ bỏ để theo học một năm ở trường đại học.

Có hai vấn đề với sự tính toán này. Thứ nhất, nó bao gồm cả một số thứ không thực sự là chi phí của việc học đại học. Ngay cả khi không học đại học, bạn vẫn cần một chỗ để ngủ và thực phẩm để ăn. Tiền ăn ở tại trường đại học chỉ là chi phí của việc học đại học khi nó đắt hơn những nơi khác. Dĩ nhiên, tiền ăn ở tại trường đại học cũng có thể rẻ hơn tiền thuê nhà và tiền ăn mà bạn tự lo liệu. Trong trường hợp này, các khoản tiết kiệm về ăn ở là lợi ích của việc đi học đại học. Thứ hai, cách tính toán chi phí như trên có một vấn đề khác nữa là nó bỏ qua khoản chi phí lớn nhất của việc học đại học – đó là thời gian của bạn. Khi bạn mất một năm để lắng nghe bài giảng, đọc sách giáo khoa và viết tiểu luận, bạn không thể dành thời gian đó cho công việc khác. Đối với hầu hết sinh viên, thu nhập mà họ phải từ bỏ để theo đuổi việc học đại học là khoản chi phí lớn nhất cho việc học đại học của họ.

Chi phí cơ hội[1] của một thứ là cái mà bạn từ bỏ để có được nó. Khi đưa ra bất kỳ quyết định nào, chẳng hạn như việc liệu có nên đi học đại học, người ra quyết định phải nhận thức được những chi phí cơ hội gắn với mỗi hành động có thể. Trên thực tế, họ thường ý thức được điều đó. Những vận động viên ở lứa tuổi học đại học – những người có thể kiếm bạc triệu nếu bỏ học và chơi các môn thể thao nhà nghề – hiểu rõ rằng đối với họ, chi phí cơ hội của việc ngồi trên giảng đường là rất cao. Không có gì đáng ngạc nhiên khi họ thường cho rằng ích lợi của việc học đại học là không xứng với chi phí bỏ ra.

Nguyên lý 3: Con người duy lý suy nghĩ tại điểm cận biên

Những nhà kinh tế thường giả thiết rằng con người duy lý. **Con người duy lý**[2] cố làm tốt nhất để đạt được mục tiêu của họ một cách có hệ thống và có mục đích với các cơ hội sẵn có. Khi bạn nghiên cứu kinh tế, bạn sẽ nhận thấy rằng các công ty phải quyết định thuê bao nhiêu lao động, sản xuất và bán bao nhiêu sản phẩm để tối đa hóa lợi nhuận. Bạn cũng sẽ gặp phải những cá nhân quyết định bao nhiêu thời gian dành cho làm việc và những hàng hóa và dịch vụ nào cần mua ứng với mức thu nhập cho trước để đạt được mức thỏa mãn cao nhất.

Những người duy lý biết rằng quyết định trong cuộc sống hiếm khi là màu đen và màu trắng mà thường liên quan đến sắc xám. Trong một bữa ăn tối, quyết định

1. **Chi phí cơ hội:** tất cả những cái phải mất đi để có được một thứ gì đó.
2. **Người duy lý:** người hành động một cách tốt nhất những gì họ có thể để đạt được mục tiêu.

bạn phải đối mặt không phải là giữa nhịn ăn hoặc ăn như một con lợn mà là có nên ăn thêm muỗng khoai tây nghiền nữa hay không. Khi kỳ thi sắp đến, vấn đề không phải là bỏ mặc bài vở hoặc học 24 giờ một ngày, mà là nên học thêm một giờ nữa hay dừng lại xem TV. Các nhà kinh tế sử dụng thuật ngữ **thay đổi cận biên**[1] để chỉ những điều chỉnh nhỏ so với kế hoạch hành động hiện tại. Bạn hãy luôn luôn nhớ rằng "cận biên" có nghĩa là "lân cận" và bởi vậy thay đổi cận biên là những điều chỉnh ở vùng lân cận của cái mà bạn đang làm. Những người duy lý thường đưa ra quyết định bằng cách so sánh lợi ích biên và chi phí biên.

Ví dụ, một hãng hàng không đang cân nhắc nên tính giá vé bao nhiêu cho các hành khách bay dự phòng. Giả sử một chuyến bay với 200 chỗ bay khắp Hoa Kỳ tốn mất 100.000 đô la. Trong tình huống này, chi phí bình quân cho mỗi chỗ ngồi là 100.000 đô la/200, tức 500 đô la. Người ta có thể dễ dàng đi đến kết luận rằng hãng hàng không này sẽ không bao giờ nên bán vé với giá thấp hơn 500 đô la. Song trên thực tế, hãng này có thể tăng lợi nhuận nhờ suy nghĩ ở điểm cận biên. Chúng ta hãy tưởng tượng ra rằng máy bay sắp sửa cất cánh trong khi vẫn còn 10 ghế bỏ trống và có một hành khách dự phòng đang đợi ở cửa sẵn sàng trả 300 đô la cho một ghế. Hãng hàng không này có nên bán vé cho anh ta không? Dĩ nhiên là nên. Nếu máy bay vẫn còn ghế trống, chi phí của việc bổ sung thêm một hành khách là không đáng kể. Mặc dù chi phí bình quân cho mỗi hành khách trên chuyến bay là 500 đô la, chi phí biên chỉ bằng giá của gói đậu phộng và hộp nước sô đa mà hành khách tăng thêm này sẽ dùng. Chừng nào mà người hành khách dự phòng này còn trả cao hơn chi phí biên, thì việc bán vé cho anh ta vẫn còn có lợi.

Ra quyết định cận biên có thể giúp giải thích một số hiện tượng kinh tế khó hiểu khác. Đây là một câu hỏi cổ điển: Tại sao nước có giá rẻ, trong khi kim cương rất đắt tiền? Con người cần nước để tồn tại, trong khi kim cương là không cần thiết, nhưng vì một số lý do, mọi người sẵn sàng trả tiền cho một viên kim cương nhiều hơn so với một cốc nước. Lý do là mức sẵn lòng trả tiền của một người cho một hàng hóa dựa trên lợi ích biên có được từ việc tiêu dùng thêm một đơn vị hàng hóa. Lợi ích biên, đến lượt nó, phụ thuộc vào bao nhiêu đơn vị một người đã có. Nước là cần thiết, nhưng lợi ích biên của một cốc nữa là nhỏ bởi vì nước dồi dào. Ngược lại, không ai cần kim cương để tồn tại, nhưng vì kim cương rất hiếm, người ta xem xét lợi ích biên của việc có thêm một viên kim cương nữa là rất lớn.

Một người quyết định hợp lý thực hiện một hành động khi và chỉ khi lợi ích biên của hành động vượt quá chi phí biên. Nguyên tắc này có thể giải thích lý do tại sao các hãng hàng không sẵn sàng bán một vé thấp hơn chi phí trung bình và lý do tại sao mọi người sẵn sàng trả tiền cho viên kim cương nhiều hơn so với nước. Có thể sẽ mất một ít thời gian để làm quen với logic của tư duy biên, nhưng nghiên cứu về kinh tế học sẽ cung cấp cho bạn nhiều cơ hội để thực hành.

---

1. **Sự thay đổi cận biên:** sự điều chỉnh nhỏ đối với kế hoạch hành động.

Nguyên lý 4: Con người phản ứng với các động cơ khuyến khích

Một **động cơ khuyến khích**[1] là một yếu tố nào đó thôi thúc cá nhân hành động, chẳng hạn như khả năng bị trừng phạt hoặc được khen thưởng. Vì người duy lý ra quyết định dựa trên sự so sánh chi phí và lợi ích, họ rất nhạy đối với các động cơ khuyến khích. Bạn sẽ thấy rằng các động cơ khuyến khích đóng vai trò trung tâm trong nghiên cứu kinh tế học. Một nhà kinh tế đã cho rằng toàn bộ lĩnh vực kinh tế học có thể được tóm tắt một cách đơn giản: "Con người phản ứng với các khuyến khích. Mọi thứ khác chỉ là giải thích thêm."

Các động cơ khuyến khích rất quan trọng cho việc phân tích cách thức thị trường hoạt động như thế nào. Ví dụ, khi giá táo tăng, mọi người quyết định ăn ít táo hơn. Đồng thời, người trồng táo quyết định thuê thêm công nhân và thu hoạch táo nhiều hơn. Nói cách khác, một mức giá cao hơn trên thị trường khuyến khích người mua tiêu dùng ít hơn và khuyến khích người bán sản xuất nhiều hơn. Như chúng ta sẽ thấy, ảnh hưởng của giá cả lên hành vi của người tiêu dùng và nhà sản xuất có ý nghĩa quan trọng trong việc tìm hiểu cách thức mà nền kinh tế thị trường phân bổ các nguồn lực khan hiếm.

Các nhà hoạch định chính sách công không bao giờ được quên các động cơ khuyến khích, vì nhiều chính sách làm thay đổi lợi ích hoặc chi phí mà mọi người phải đối mặt và bởi vậy làm thay đổi hành vi của họ. Ví dụ việc đánh thuế xăng khuyến khích mọi người sử dụng ô tô nhỏ hơn, tiết kiệm nhiên liệu hơn. Nó cũng khuyến khích mọi người sử dụng phương tiện giao thông công cộng chứ không đi xe riêng và sống gần nơi làm việc hơn. Nếu thuế xăng cao đến một mức độ nhất định, mọi người có thể sẽ bắt đầu chuyển sang sử dụng ô tô chạy điện.

Khi các nhà hoạch định chính sách không tính đến ảnh hưởng của các chính sách mà họ thực hiện đối với các động cơ khuyến khích, họ có thể nhận được những kết quả không định trước. Chẳng hạn, chúng ta hãy xem xét chính sách về an toàn đối với ô tô. Ngày nay, tất cả ô tô đều được trang bị dây an toàn, nhưng 50 năm trước đây không phải như vậy. Cuốn sách *Nguy hiểm ở mọi tốc độ* (*Unsafe at Any Speed*) của Ralph Nader đã làm công chúng phải quan tâm về vấn đề an toàn khi đi ô tô. Quốc hội đã phản ứng bằng cách ban hành các đạo luật quy định dây an toàn là một thiết bị an toàn bắt buộc trên tất cả những ô tô mới sản xuất.

Luật về dây an toàn tác động tới sự an toàn khi lái ô tô như thế nào? Ảnh hưởng trực tiếp là rõ ràng. Khi người ta thắt dây an toàn, khả năng sống sót trong các vụ tai nạn ô tô nghiêm trọng tăng lên. Nhưng vấn đề không dừng ở đó. Để hiểu đầy đủ tác động của đạo luật này, chúng ta phải nhận thức được rằng mọi người thay đổi hành vi khi có khuyến khích mới. Hành vi đáng chú ý ở đây là tốc độ và sự cẩn trọng của người lái xe. Việc lái xe chậm và cẩn thận là tốn kém vì mất nhiều thời gian và tốn nhiều nhiên liệu hơn. Khi ra quyết định về việc cần lái xe an toàn đến mức nào, người lái xe duy lý so sánh ích lợi biên từ việc lái xe an toàn với chi phí biên. Họ lái xe chậm hơn và cẩn thận hơn nếu ích lợi của sự cẩn trọng

---

1. **Động cơ khuyến khích:** một yếu tố thôi thúc con người hành động

cao. Điều này lý giải vì sao mọi người lái xe chậm và cẩn thận khi đường đóng băng nếu so với trường hợp đường thông thoáng.

Bây giờ, chúng ta hãy xét xem đạo luật về dây an toàn làm thay đổi tính toán lợi ích – chi phí của người lái xe như thế nào. Dây an toàn làm cho các vụ tai nạn ít tốn kém hơn đối với người lái xe vì nó làm giảm khả năng bị thương hoặc tử vong. Như vậy, dây an toàn làm giảm lợi ích của việc lái xe chậm và cẩn thận. Mọi người phản ứng đối với việc thắt dây an toàn cũng tương tự như với việc nâng cấp đường sá – họ sẽ lái xe nhanh và ít thận trọng hơn. Do đó, kết quả cuối cùng của luật này là số vụ tai nạn xảy ra nhiều hơn. Sự giảm sút độ an toàn khi lái xe có tác động bất lợi rõ ràng đối với khách bộ hành. Họ cảm thấy dễ bị tai nạn hơn.

Thoạt đầu, cuộc bàn luận này về mối quan hệ giữa các khuyến khích và dây an toàn tưởng như chỉ là sự suy đoán vu vơ. Song trong một nghiên cứu vào năm 1975, nhà kinh tế Sam Pelzman đã chỉ ra rằng trên thực tế đạo luật về an toàn ô tô đã có nhiều tác động thuộc loại này. Theo những bằng chứng mà Pelzman đưa ra, đạo luật này vừa làm giảm số trường hợp tử vong trong mỗi vụ tai nạn, lại vừa làm tăng số vụ tai nạn. Kết quả cuối cùng là số lái xe thiệt mạng thay đổi không nhiều, nhưng số khách bộ hành thiệt mạng tăng lên.

Phân tích của Pelzman về đạo luật an toàn ô tô là ví dụ minh họa cho một nguyên lý chung là con người phản ứng lại các động cơ khuyến khích. Nhiều khuyến khích mà các nhà kinh tế học nghiên cứu dễ hiểu hơn so với trong trường hợp đạo luật về an toàn ô tô. Khi phân tích bất kỳ chính sách nào, không những chúng ta xem xét ảnh hưởng trực tiếp, mà còn phải chú ý tới các tác động gián tiếp do các động cơ khuyến khích tạo ra. Nếu chính sách làm thay đổi cách khuyến khích, nó sẽ làm cho con người thay đổi hành vi của họ.

NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG

Những tác động khuyến khích của giá xăng

Từ năm 2005 đến năm 2008, giá xăng dầu trên thị trường thế giới tăng vọt do nguồn cung hạn chế trong khi cầu trên thế giới tăng mạnh, đặc biệt là ở Trung Quốc. Giá xăng tại Hoa Kỳ đã tăng từ khoảng 2 đô la đến khoảng 4 đô la một gallon. Vào thời điểm đó, báo chí tràn ngập những câu chuyện về cách mọi người phản ứng với giá xăng tăng, đôi lúc rõ ràng, đôi lúc ít rõ ràng hơn. Đây là một số tiêu đề:

- "Khi giá xăng tăng vọt, người mua đổ xô vào các loại xe nhỏ"
- "Khi giá xăng lên cao, doanh số bán xe đạp cũng tăng"
- "Giá xăng kích thích doanh số bán xe đạp và dịch vụ sửa chữa"
- "Giá xăng tạo làn sóng sử dụng phương tiện giao thông công cộng"
- "Nhu cầu lạc đà tăng theo giá dầu": Nông dân ở bang Rajasthan của Ấn Độ đang quay lại với lạc đà. Khi chi phí chạy máy kéo sử dụng xăng dầu tăng vọt, loài động vật móng guốc này đã tìm lại được vị trí của mình.

- "Ngành hàng không khốn khó, nhưng các đơn đặt hàng của Boeing và Airbus tăng lên": Nhu cầu đối với máy bay mới tiết kiệm nhiên liệu chưa bao giờ lớn như hiện nay. Các phiên bản mới nhất của máy bay Airbus A320 và Boeing 737 đang có nhu cầu mạnh nhất có chi phí vận hành thấp hơn tới 40% so với những chiếc máy bay cũ mà một số hãng hàng không Hoa Kỳ đang sử dụng.
- "Xu hướng mua nhà thay đổi khi giá nhiên liệu cao": Trong lúc săn lùng cho mình cho một ngôi nhà mới, Demetrius Stroud đã cân nhắc tính toán để cuối cùng nhận ra rằng khi giá xăng tăng vọt, ở gần một trạm xe điện là là hợp túi tiền nhất .
- "Giá xăng đẩy sinh viên đến với những khóa học trực tuyến": Christy Labadie, sinh viên năm thứ hai Trường Cao đẳng Cộng đồng Northampton, phải mất 30 phút lái xe từ nhà đến trường tại Bethlehem, Pennsylvania. Việc đi lại đã trở thành một gánh nặng tài chính đối với cô hiện nay do giá xăng lên đến hơn 4 đô la một gallon. Vì vậy, học kỳ này cô quyết định chọn một khóa học trực tuyến để giảm bớt việc đi lại và tiết kiệm tiền bạc.
- "Diddy tạm dừng các chuyến bay riêng vì giá nhiên liệu": Giá nhiên liệu cản trở người ta thường xuyên sử dụng máy bay riêng – Sean "Diddy" Combs... Ông trùm hip-hop nói rằng ông hiện đang bay trên các chuyến bay của các hãng hàng không thương mại thay vì sử dụng máy bay riêng, Combs cho biết trước đó ông mất 200.000 đô la cho một chuyến bay giữa New York và Los Angeles . "Tôi đang sử dụng các chuyến bay thương mại," Diddy phát biểu trước khi bước lên máy bay, ngồi trong một ghế hạng nhất và vẫy thẻ lên máy bay của mình trước ống kính camera. "Đó là cách xoay xở khi giá xăng cao."

Nhiều câu chuyện trên đây chỉ là nhất thời. Suy thoái kinh tế bắt đầu vào năm 2008 và tiếp tục vào năm 2009 làm giảm cầu thế giới đối với xăng dầu và giá xăng giảm đáng kể. Không rõ Combs đã trở lại dùng máy bay riêng của mình chưa. ■

KIỂM TRA NHANH: *Hãy mô tả một sự đánh đổi quan trọng mà bạn đang đối mặt. Cho một vài ví dụ về những hành động mà có cả chi phí cơ hội bằng tiền và không phải bằng tiền. Mô tả một động cơ khuyến khích.*

CON NGƯỜI TƯƠNG TÁC VỚI NHAU NHƯ THẾ NÀO?

Bốn nguyên lý đầu tiên đã bàn về cách thức ra quyết định cá nhân. Nhưng trong cuộc sống hàng ngày, nhiều quyết định của chúng ta không chỉ ảnh hưởng đến bản thân chúng ta, mà còn tác động đến những người xung quanh. Ba nguyên lý tiếp theo liên quan đến cách thức mà con người tương tác với nhau.

Nguyên lý 5: Thương mại có thể làm cho mọi người đều được lợi

Có lẽ bạn đã nghe trên bản tin thời sự rằng người Nhật là những đối thủ cạnh tranh của chúng ta trong nền kinh tế thế giới. Xét trên một vài khía cạnh, điều này là đúng vì các công ty Nhật và Hoa Kỳ sản xuất nhiều mặt hàng giống nhau. Hãng Ford và hãng Toyota cạnh tranh để thu hút cùng một nhóm khách hàng trên

THEO DÒNG THỜI SỰ ***Trả lương khuyến khích***

Như bài viết này chỉ ra, cách con người được trả lương sẽ ảnh hưởng đến động cơ và những quyết định của họ. (Tác giả của bài viết này hiện là cố vấn kinh tế chính của Tổng thống Obama.)

NƠI NÀO XE BUÝT CHẠY ĐÚNG GIỜ

Austan Goolsbee

Vào những buổi chiều mùa hè, đoạn đường từ Đại học Chicago hướng về phía bắc thành phố là một trong những tuyến đường đẹp nhất thế giới. Về phía bên trái xa lộ Lake Shore, bạn vượt qua công viên Grant, một số tòa nhà chọc trời đầu tiên trên thế giới, và tháp Sears . Về phía bên phải là màu xanh thẳm của hồ Michigan. Nhưng cho dù mọi thứ đều toát lên vẻ đẹp, giao thông ở đây có thể là địa ngục. Vì vậy, nếu bạn lái xe trên các tuyến đường này hàng ngày, bạn nên tìm hiểu các lối đi tắt. Nếu bạn phải đi từ Buckingham Fountain về McCormick Place, bạn nên lách vào các đường dưới phố và quay trở lại đường cao tốc Lake Shore một vài dặm về phía bắc.

Tuy nhiên, rất nhiều xe buýt phải chờ đợi trong ùn tắc giao thông. Tôi đã luôn tự hỏi về điều đó: Tại sao các tài xế xe buýt không sử dụng lối đi tắt? Chắc chắn họ biết những lối đi này vì hàng ngày họ lái xe trên cùng một tuyến đường, và họ có thể tránh kẹt xe khi họ lái xe riêng. Xe buýt không dừng lại trên đường cao tốc Lake Shore, vì vậy họ sẽ không gây trở ngại cho bất cứ hành khách nào bằng cách đi vòng quanh khu vực tắc nghẽn. Và khi xe buýt bị chậm lại do kẹt xe, nó làm lệch các lịch trình. Thay vì cứ mỗi 10 phút xe đến, bây giờ ba xe buýt đến cùng lúc sau nửa giờ. Việc để xe dồn lại như thế này là cách điều hành một hệ thống giao thông công cộng kém hiệu quả nhất. Vì vậy, tại sao các tài xế xe buýt không lách vào các con đường dưới phố để đến đúng giờ và giữ đúng lịch trình?

Thoạt tiên, bạn có thể nghĩ vấn đề là các tài xế không được trả lương đủ để họ có chiến thuật linh hoạt trong những tình huống kẹt xe. Nhưng tài xế xe buýt ở Chicago được trả cao đứng thứ bảy trong cả nước. Theo một cuộc khảo sát tháng 11 năm 2004, tài xế làm toàn thời gian kiếm được hơn 23 đô la một giờ. Vấn đề không phải là họ được trả bao nhiêu tiền mà là họ được trả lương như thế nào. Ít nhất, đó là ý nghĩa của một nghiên cứu mới về tài xế xe buýt ở Chile của Ryan Johnson và David Reiley ở Đại học Arizona và Juan Carlos Muñoz của Đại học Pontifical Catholic ở Chile.

Các công ty ở Chile trả lương tài xế xe buýt theo một trong hai cách: hoặc theo giờ hoặc theo số lượng hành khách. Trả tiền dựa vào số lượng hành khách làm giảm đáng kể sự chậm trễ. Cung cấp cho họ một động cơ khuyến khích, các tài xế xe buýt bắt đầu hành động như một người bị điều tiết. Họ chọn lối đi tắt khi giao thông bị ách tắc. Họ dành ít thời gian hơn cho những bữa ăn và tắm rửa. Họ muốn lái xe trên đường và nhận thêm hành khách một cách nhanh chóng nhất có thể. Trong ngắn hạn, năng suất gia tăng.

Dĩ nhiên, không phải tất cả mọi thứ về tiền lương khuyến khích là hoàn hảo. Khi tài xế xe buýt bắt đầu di chuyển từ nơi này đến nơi khác một cách nhanh chóng hơn, họ có thể gặp tai nạn nhiều hơn (cũng giống như chúng ta). Một số hành khách cũng phàn nàn rằng chuyến đi làm cho họ buồn nôn vì các tài xế nhấn ga ngay sau khi hành khách cuối cùng bước lên xe buýt. Tuy nhiên, khi đưa ra sự lựa chọn, đa số hành khách lựa chọn các công ty xe buýt mà nó đưa họ đến nơi cần đến đúng giờ. Hơn 95% các tuyến xe ở Santiago sử dụng lương khuyến khích.

Lẽ ra chúng ta nên biết rằng trả lương khuyến khích có thể gia tăng năng suất tài xế xe buýt. Cuối cùng thì các xe taxi ở Chicago đã chọn lối đi tắt ở đại lộ Lake Shore để tránh kẹt xe. Vì tài xế taxi được trả tiền trên mỗi chuyến đi, họ muốn đưa bạn về nhà càng nhanh càng tốt để họ có thể chạy chuyến tiếp theo.

Nguồn: Slate.com, 16/3/2006

thị trường ô tô. Compaq cũng cạnh tranh với Toshiba trên thị trường máy tính cá nhân để thu hút cùng một nhóm khách hàng.

Vì vậy, người ta rất dễ mắc sai lầm khi nghĩ về sự cạnh tranh giữa các nước. Thương mại giữa Nhật và Hoa Kỳ không giống như một cuộc thi đấu thể thao, trong đó luôn có kẻ thắng, người thua. Sự thật thì điều ngược lại mới đúng: Thương mại giữa hai nước có thể làm cả hai bên cùng được lợi.

Để lý giải tại sao, hãy xem xét thương mại tác động như thế nào tới gia đình bạn. Khi một thành viên trong gia đình bạn đi tìm việc, anh ta phải cạnh tranh với những thành viên của các gia đình khác cũng đang tìm việc. Các gia đình cạnh tranh nhau khi đi mua hàng vì gia đình nào cũng muốn mua hàng chất lượng tốt nhất với giá thấp nhất. Vì vậy, theo một nghĩa nào đó, mỗi gia đình đều đang cạnh tranh với tất cả các gia đình khác.

Cho dù có sự cạnh tranh này, gia đình bạn cũng không thể có lợi hơn nếu tự cô lập với tất cả các gia đình khác. Nếu làm như vậy, gia đình bạn sẽ phải tự trồng trọt, chăn nuôi, may quần áo và xây dựng nhà ở cho mình. Rõ ràng gia đình bạn thu lợi nhiều từ khả năng tham gia trao đổi với các gia đình khác. Thương mại cho phép mỗi người chuyên môn hóa vào một lĩnh vực mà mình làm tốt nhất, cho dù đó là trồng trọt, may mặc hay xây nhà. Thông qua hoạt động thương mại với những người khác, con người có thể mua được những hàng hóa và dịch vụ đa dạng hơn với chi phí thấp hơn.

Cũng như các gia đình, các nước được lợi từ khả năng trao đổi với các nước khác. Thương mại cho phép các nước chuyên môn hóa vào lĩnh vực mà họ làm tốt nhất và hưởng thụ nhiều hàng hóa và dịch vụ phong phú hơn. Người Nhật, cũng như người Pháp, người Ai Cập và người Brazil là những bạn hàng của chúng ta trong nền kinh tế thế giới, nhưng cũng là đối thủ cạnh tranh của chúng ta.

Nguyên lý 6: Thị trường thường là một phương thức tốt để tổ chức hoạt động kinh tế

Sự sụp đổ của chủ nghĩa cộng sản ở Liên Xô và Đông Âu có lẽ là thay đổi quan trọng nhất trên thế giới trong nửa thế kỷ qua. Các nước cộng sản hoạt động dựa trên tiền đề là các nhà làm kế hoạch trong chính phủ có thể định hướng hoạt động kinh tế một cách tốt nhất. Các nhà làm kế hoạch đó quyết định xã hội sản xuất hàng hóa và dịch vụ nào, sản xuất bao nhiêu, ai là người sản xuất và ai được phép tiêu dùng chúng. Lý thuyết hậu thuẫn cho quá trình kế hoạch hóa tập trung là chỉ có chính phủ mới tổ chức được các hoạt động kinh tế để nâng cao phúc lợi kinh tế của cả đất nước.

Ngày nay, hầu hết các nước từng có nền kinh tế kế hoạch hóa tập trung đều đã từ bỏ hệ thống này và đang nỗ lực phát triển nền kinh tế thị trường. Trong **nền kinh tế thị trường**[1], quyết định của các nhà làm kế hoạch trung ương được

1. **Nền kinh tế thị trường:** nền kinh tế phân bổ các nguồn lực thông qua các quyết định phi tập trung của doanh nghiệp và hộ gia đình trong quá trình tương tác trên các thị trường hàng hóa và dịch vụ.

thay thế bằng quyết định của hàng triệu doanh nghiệp và hộ gia đình. Các doanh nghiệp quyết định thuê ai và sản xuất cái gì. Các hộ gia đình quyết định làm việc cho doanh nghiệp nào và mua cái gì bằng thu nhập của mình. Các doanh nghiệp và hộ gia đình tương tác với nhau trên thị trường, nơi mà giá cả và lợi ích riêng định hướng cho các quyết định của họ.

Mới nghe qua thì thành công của các nền kinh tế thị trường thật khó hiểu. Xét cho cùng thì trong nền kinh tế thị trường, không ai phụng sự cho phúc lợi của toàn xã hội. Thị trường tự do bao gồm nhiều người mua và người bán vô số hàng hóa và dịch vụ khác nhau, và tất cả mọi người quan tâm trước hết đến phúc lợi riêng của họ. Song cho dù ra quyết định có tính chất phân tán và những người quyết định chỉ quan tâm tới lợi ích riêng của mình, nền kinh tế thị trường đã chứng tỏ thành công lạ thường trong việc tổ chức hoạt động kinh tế theo hướng thúc đẩy phúc lợi kinh tế chung.

Trong cuốn *Bàn về bản chất và nguồn gốc của cải của các dân tộc* (*An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*) viết năm 1776, nhà kinh tế học Adam Smith đã nêu ra nhận định nổi tiếng hơn bất cứ một nhận định nào khác trong kinh tế học: khi tác động qua lại với nhau trên thị trường, các hộ gia đình và doanh nghiệp hành động như thể họ được dẫn dắt bởi một "bàn tay vô hình", đưa họ tới những kết cục thị trường đáng mong muốn. Một trong các mục tiêu của chúng ta trong cuốn sách này là tìm hiểu xem bàn tay vô hình thực hiện phép màu của nó ra sao.

Khi nghiên cứu kinh tế học, bạn sẽ thấy giá cả là công cụ mà qua đó bàn tay vô hình điều khiển các hoạt động kinh tế. Vì hộ gia đình và doanh nghiệp nhìn vào giá cả khi đưa ra quyết định mua và bán cái gì, nên vô tình họ tính đến các ích lợi và chi phí xã hội của các hành động của họ. Là kết quả của các quyết định của người mua và người bán, giá cả phản ánh cả giá trị của một hàng hóa đối với xã hội và chi phí mà xã hội bỏ ra để sản xuất ra hàng hóa đó. Tư tưởng xuất chúng của Smith là giá cả hướng dẫn người mua và người bán đưa ra các quyết định mà trong nhiều trường hợp cho phép tối đa hóa lợi ích xã hội.

Tư tưởng của Smith có một hệ quả quan trọng: Khi ngăn không cho giá cả điều chỉnh một cách tự nhiên theo cung và cầu, chính phủ cũng đồng thời cản trở khả năng của bàn tay vô hình trong việc phối hợp hàng triệu hộ gia đình và doanh nghiệp – những đơn vị cấu thành nền kinh tế. Hệ quả này lý giải tại sao thuế tác động bất lợi tới quá trình phân bổ nguồn lực: thuế làm bóp méo giá cả và do vậy làm bóp méo quyết định của doanh nghiệp và hộ gia đình. Nó cũng lý giải những tác hại nghiêm trọng do chính sách kiểm soát giá trực tiếp gây ra, chẳng hạn như chính sách kiểm soát tiền thuê nhà. Và nó cũng lý giải sự thất bại của chủ nghĩa cộng sản. Trong mô hình này, giá cả không do thị trường quyết định, mà do các nhà làm kế hoạch ở trung ương đặt ra. Các nhà làm kế hoạch này thiếu thông tin về sở thích của người tiêu dùng và chi phí của người sản xuất vốn được phản ánh trong giá cả trong một nền kinh tế thị trường. Các nhà làm kế hoạch ở trung ương thất bại vì họ tìm cách vận hành nền kinh tế với một bàn tay bị trói sau lưng – đó là bàn tay vô hình của thị trường.

BẠN CÓ BIẾT ***Adam Smith và bàn tay vô hình***

Có lẽ chỉ là sự trùng hợp ngẫu nhiên khi tác phẩm vĩ đại *Bàn về bản chất và nguồn gốc của cải của các dân tộc* của Adam Smith ra đời vào năm 1776, đúng vào năm các nhà cách mạng Hoa Kỳ ký bản Tuyên ngôn độc lập. Song cả hai văn bản này đều chia sẻ cùng một quan điểm rất thịnh hành thời bấy giờ - đó là thông thường sẽ tốt hơn nếu để mặc cho các cá nhân tự xoay sở mà không cần đến bàn tay cứng rắn của chính phủ chỉ đạo hành động của họ. Triết lý chính trị này là cơ sở cho nền kinh tế thị trường và rộng hơn là cho một xã hội tự do.

Tại sao nền kinh tế thị trường lại vận hành tốt như vậy? Phải chăng là vì con người chắc chắn sẽ đối xử với nhau bằng tình yêu và sự rộng lượng? Hoàn toàn không phải như vậy. Những dòng dưới đây là lời của Adam Smith bàn về cách thức con người tác động qua lại trong nền kinh tế thị trường:

"Con người hầu như thường xuyên cần tới sự giúp đỡ của anh em và bạn bè, và sẽ phí công nếu anh ta chỉ trông chờ vào sự rộng lượng của họ. Có lẽ anh ta sẽ giành được nhiều lợi ích cho mình hơn khi anh ta quan tâm đến sự ưu ái của mỗi cá nhân đối với chính bản thân họ và làm cho họ tin rằng việc họ làm theo yêu cầu của anh ta sẽ có lợi cho chính bản thân họ... Hãy cho tôi những thứ mà tôi cần, anh cũng sẽ có những thứ mà anh cần là ý nghĩa của mọi lời chào mời và theo cách này chúng ta sẽ nhận được từ một người khác lượng hàng hóa nhiều hơn để đáp ứng nhu cầu của chúng ta.

Không phải nhờ lòng nhân từ của những người bán thịt, chủ cửa hàng rượu hay người bán bánh mì mà chúng ta có được bữa tối, mà chính là dựa vào sự quan tâm đến lợi ích riêng của họ.... Chúng ta khiến họ quan tâm đến chúng ta không phải bằng cách khơi gợi lòng nhân từ ở họ, mà khơi gợi ở họ lòng thương yêu chính bản thân họ. Và đừng bao giờ nói với họ về nhu cầu bức thiết của chúng ta mà hãy nói về lợi ích của chính họ. Trừ những người ăn xin, không ai chọn cách sống dựa dẫm vào lòng nhân từ của người khác.

Mỗi cá nhân thường không có ý định phục vụ lợi ích cộng đồng, và cũng không biết mình đang cống hiến cho cộng đồng bao nhiêu. Anh ta chỉ muốn hoạt động nhằm mang lại lợi ích cho bản thân mình, và trong khi làm như vậy, cũng như trong nhiều trường hợp khác, anh ta được dẫn dắt bởi một bàn tay vô hình hướng tới một kết cục nằm ngoài dự định của anh ta. Song cho dù điều đó nằm ngoài dự định của anh ta, không phải lúc nào điều đó cũng mang lại mất mát đối với xã hội. Khi theo đuổi ích lợi riêng của mình, anh ta thường mang lại lợi ích xã hội một cách hiệu quả hơn so với khi anh ta thực sự muốn làm như vậy."

Khi viết những câu trên đây, Smith muốn nhấn mạnh rằng những người tham gia vào nền kinh tế thị trường bị thúc đẩy bởi lợi ích riêng và rằng "bàn tay vô hình" của thị trường hướng lợi ích này vào việc phụng sự cho phúc lợi kinh tế chung.

Nhiều nhận thức của Smith vẫn đóng vai trò trung tâm của kinh tế học hiện đại. Phân tích trong các chương tới sẽ cho phép chúng ta diễn giải những kết luận của Smith một cách chính xác hơn và phân tích đầy đủ những điểm mạnh và điểm yếu của bàn tay vô hình của thị trường.

Nguyên lý 7: Đôi khi chính phủ có thể cải thiện được kết cục thị trường

Nếu như bàn tay vô hình của thị trường kỳ diệu đến vậy, thì tại sao chúng ta lại cần chính phủ? Mục đích của nghiên cứu kinh tế học là giúp bạn xác định lại quan điểm về vai trò và phạm vi đúng đắn của chính sách chính phủ.

Một lý do là bàn tay vô hình chỉ có thể phát huy vai trò của mình khi chính phủ bảo vệ các quy tắc và duy trì những thể chế quan trọng của một nền kinh tế thị trường. Điểm quan trọng nhất là nền kinh tế thị trường cần các quy định pháp

lý bảo vệ **quyền sở hữu**[1] để các cá nhân có thể sở hữu và kiểm soát các nguồn lực khan hiếm. Một nông dân sẽ không trồng lúa nếu như anh ta nghĩ rằng mùa màng sẽ bị đánh cắp; một nhà hàng sẽ không phục vụ trừ khi được đảm bảo rằng khách hàng sẽ trả tiền trước khi rời quán; một công ty giải trí sẽ không sản xuất các DVD nếu có quá nhiều khách hàng sử dụng các bản sao bất hợp pháp. Tất cả chúng ta đều dựa vào lực lượng công an và tòa án do chính phủ cung cấp để bảo vệ quyền sở hữu đối với những thứ do chúng ta tạo ra – và bàn tay vô hình dựa vào khả năng của chúng ta trong việc bảo vệ quyền sở hữu.

Một lý do khác cần đến chính phủ là mặc dù bàn tay vô hình có quyền lực mạnh mẽ, nhưng nó không phải là toàn năng. Có hai nguyên nhân chủ yếu để chính phủ can thiệp vào nền kinh tế và thay đổi sự phân bổ các nguồn lực là: thúc đẩy sự hiệu quả hay là thúc đẩy sự bình đẳng. Nghĩa là hầu hết các chính sách đều phải lựa chọn: hoặc nhằm vào mục tiêu làm cho chiếc bánh kinh tế lớn lên, hoặc làm thay đổi cách thức phân chia chiếc bánh đó.

Trước hết, hãy xem xét mục tiêu hiệu quả. Bàn tay vô hình thường dẫn dắt thị trường phân bổ nguồn lực một cách có hiệu quả và tối đa hóa chiếc bánh kinh tế, nhưng điều này không phải luôn luôn đúng. Các nhà kinh tế học sử dụng thuật ngữ **thất bại thị trường**[2] để chỉ tình huống mà thị trường tự nó thất bại trong việc phân bổ nguồn lực một cách hiệu quả. Một nguyên nhân có khả năng làm cho thị trường thất bại wlà **ngoại tác**[3]. Như chúng ta sẽ thấy, ngoại tác là ảnh hưởng do hành động của một người tạo ra đối với phúc lợi của người ngoài cuộc. Một ví dụ kinh điển về ngoại tác là ô nhiễm. Một nguyên nhân nữa có thể gây ra thất bại thị trường là **quyền lực thị trường**[4]. Sức mạnh thị trường chỉ khả năng của một chủ thể kinh tế (hay một nhóm nhỏ các chủ thể kinh tế) có ảnh hưởng đáng kể lên giá cả thị trường. Ví dụ, chúng ta hãy giả định tất cả mọi người trong một thị trấn đều cần nước, nhưng chỉ có một cái giếng, người chủ giếng không phải tuân theo sự cạnh tranh khốc liệt cần thiết để bàn tay vô hình kiểm soát sự theo đuổi lợi ích cá nhân. Trong trường hợp có ngoại tác và quyền lực thị trường, các chính sách công có thể cải thiện hiệu quả kinh tế nếu được thiết kế tốt.

Bây giờ, hãy xem xét mục tiêu bình đẳng. Ngay cả khi bàn tay vô hình đạt được các mục tiêu hiệu quả, nó có thể gây ra một sự chênh lệch đáng kể trong việc phân phối các khoản phúc lợi. Nền kinh tế thị trường thưởng công cho mọi người dựa vào năng lực của họ trong việc sản xuất ra những thứ mà người khác sẵn lòng chi trả. Vận động viên bóng rổ giỏi nhất thế giới kiếm được nhiều tiền hơn kiện tướng cờ vua thế giới chỉ vì người ta sẵn sàng trả nhiều tiền để xem bóng rổ hơn là xem

---

1. **Quyền sở hữu tài sản**: khả năng của một cá nhân sở hữu và thực hiện các quyền kiểm soát nguồn lực khan hiếm.
2. **Thất bại thị trường**: tình huống mà thị trường tự nó thất bại trong việc phân bổ nguồn lực một cách hiệu quả.
3. **Ngoại tác**: ảnh hưởng do hành động của một người tạo ra đối với phúc lợi của người ngoài cuộc.
4. **Quyền lực thị trường**: khả năng của một chủ thể kinh tế (hay một nhóm nhỏ các chủ thể) có ảnh hưởng đáng kể lên giá cả thị trường.

cờ vua. Bàn tay vô hình không đảm bảo rằng tất cả mọi người đều có cơm ăn, áo mặc và sự chăm sóc y tế thích hợp. Tùy vào triết lý chính trị của mỗi người, sự bất bình đẳng này cần phải có sự can thiệp của chính phủ. Trên thực tế, nhiều chính sách công, chẳng hạn như chính sách thuế thu nhập và hệ thống phúc lợi xã hội, là nhằm đạt được sự phân phối phúc lợi kinh tế một cách bình đẳng hơn.

Việc nói rằng trong một số trường hợp, chính phủ có thể cải thiện kết quả thị trường không có nghĩa là nó sẽ luôn luôn làm được như vậy. Các chính sách công không phải do thần thánh tạo ra, mà là kết quả của một quá trình chính trị không hoàn hảo. Đôi khi các chính sách được hoạch định chỉ đơn giản vì lợi ích của những người nắm giữ quyền lực chính trị. Đôi khi chúng được hoạch định bởi những nhà lãnh đạo có tâm nhưng không có đầy đủ thông tin. Việc nghiên cứu kinh tế học sẽ giúp bạn đánh giá tốt hơn trong việc xem xét khi nào thì một chính sách của chính phủ thích hợp vì nó thúc đẩy hiệu quả hoặc bình đẳng.

KIỂM TRA NHANH: *Tại sao một quốc gia có lợi hơn khi nó không tự cô lập mình với các nước khác? Tại sao chúng ta cần thị trường, và theo các nhà kinh tế học, chính phủ nên có vai trò gì trong thị trường?*

NỀN KINH TẾ VẬN HÀNH NHƯ THẾ NÀO?

Chúng ta đã bắt đầu bằng việc thảo luận cách thức ra quyết định cá nhân, sau đó xem xét cách thức con người tương tác với nhau. Tất cả các quyết định và sự tương tác này tạo thành "nền kinh tế". Ba nguyên lý cuối cùng liên quan đến sự vận hành của nền kinh tế nói chung.

Nguyên lý 8: Mức sống của một nước phụ thuộc vào năng lực sản xuất hàng hóa và dịch vụ của nước đó

Sự chênh lệch mức sống trên thế giới rất đáng kinh ngạc. Vào năm 2008, bình quân một người dân Hoa Kỳ có thu nhập là 47.000 đô la. Cũng trong năm đó, một người Mexico có thu nhập bình quân là 10.000 đô la và một người Nigieria bình quân có thu nhập là 1.400 đô la. Không có gì đáng ngạc nhiên khi sự khác biệt thu nhập bình quân được phản ánh ở các chỉ tiêu khác nhau về chất lượng cuộc sống. Công dân của các nước thu nhập cao có nhiều ti vi hơn, nhiều ô tô hơn, chế độ dinh dưỡng tốt hơn, dịch vụ y tế tốt hơn và tuổi thọ cao hơn người dân ở các nước thu nhập thấp.

Những thay đổi mức sống theo thời gian cũng rất lớn. Trong lịch sử, thu nhập ở Hoa Kỳ tăng khoảng 2% một năm (sau khi đã loại trừ những thay đổi của giá sinh hoạt). Với tốc độ tăng trưởng này, cứ 35 năm thu nhập bình quân lại tăng gấp đôi. Trong thế kỷ qua, thu nhập bình quân đã tăng gấp tám lần.

Đâu là nguyên nhân của sự khác biệt quá lớn về mức sống giữa các quốc gia và theo thời gian? Câu trả lời đơn giản đến mức đáng ngạc nhiên. Hầu hết sự khác

biệt về mức sống có nguyên nhân ở sự khác nhau về **năng suất lao động**[1] của các quốc gia – tức số lượng hàng hóa được làm ra trong một giờ lao động của một công nhân. Ở những quốc gia mà người lao động sản xuất được lượng hàng hóa và dịch vụ lớn hơn trên một đơn vị thời gian, hầu hết người dân được hưởng mức sống cao; còn ở các quốc gia có năng suất kém hơn, hầu hết người dân phải chịu cuộc sống nghèo nàn. Tương tự, tốc độ tăng năng suất của một quốc gia quyết định tốc độ tăng thu nhập bình quân của quốc gia đó.

Mối quan hệ cơ bản giữa năng suất và mức sống khá đơn giản, nhưng có những hàm ý sâu rộng. Nếu năng suất là nhân tố chủ yếu quyết định mức sống, thì những yếu tố khác phải đóng vai trò thứ yếu. Chẳng hạn, người ta có thể cho rằng nghiệp đoàn hoặc luật về tiền lương tối thiểu có đóng góp làm tăng mức sống của công nhân Hoa Kỳ trong thế kỷ qua. Song người anh hùng thật sự của công nhân Hoa Kỳ là năng suất lao động ngày càng tăng lên của họ. Một ví dụ khác: một số nhà bình luận cho rằng nguyên nhân dẫn tới mức tăng trưởng chậm trong thu nhập của Hoa Kỳ trong thập niên 1970 và 1980 là sự cạnh tranh tăng lên từ Nhật và các nước khác. Nhưng thủ phạm thực sự không phải là sự cạnh tranh từ nước ngoài, mà chính là sự tăng trưởng chậm của năng suất ở Hoa Kỳ.

Mối liên hệ giữa năng suất và mức sống còn có hàm ý sâu sắc đối với chính sách công. Khi suy nghĩ xem một chính sách sẽ tác động như thế nào đến mức sống, vấn đề then chốt là ở chỗ nó sẽ tác động tới năng lực sản xuất hàng hóa và dịch vụ như thế nào. Để nâng cao mức sống, các nhà hoạch định chính sách cần làm tăng năng suất lao động bằng cách đảm bảo cho công nhân được đào tạo tốt, có đủ các công cụ cần thiết để sản xuất hàng hóa và dịch vụ và được tiếp cận những công nghệ tốt nhất hiện có.

Nguyên lý 9: Giá cả tăng khi chính phủ in quá nhiều tiền

Vào tháng 1 năm 1921, giá một tờ nhật báo ở Đức là 0,3 mark. Chưa đầy hai năm sau, vào tháng 11 năm 1922 cũng tờ báo ấy giá 70.000.000 mark. Giá của tất cả các mặt hàng khác trong nền kinh tế cũng tăng với tốc độ tương tự. Đây là một trong những ví dụ ngoạn mục nhất lịch sử về **lạm phát**[2] – tức sự gia tăng của mức giá chung trong nền kinh tế.

Mặc dù Hoa Kỳ chưa từng trải qua hiện tượng lạm phát nào tương tự như ở Đức vào những năm 1920, nhưng đôi khi lạm phát cũng đã từng là một vấn đề kinh tế. Ví dụ trong những năm 1970, mức giá chung tăng gấp hơn hai lần và tổng thống Gerald Ford đã gọi lạm phát là "kẻ thù số một của công chúng". Ngược lại, lạm phát trong những năm 1990 chỉ vào khoảng 3% một năm; với tỷ lệ này, giá cả phải mất hơn hai mươi năm để tăng gấp đôi. Vì lạm phát cao gây nhiều tổn thất cho xã hội, nên giữ cho lạm phát ở mức thấp là một mục tiêu của các nhà hoạch định chính sách kinh tế trên toàn thế giới.

---

1. **Năng suất**: số lượng hàng hóa và dịch vụ được sản xuất ra từ một đơn vị lao động.
2. **Lạm phát**: sự gia tăng của mức giá chung trong nền kinh tế.

Nguyên nhân gây ra lạm phát là gì? Trong hầu hết các trường hợp lạm phát trầm trọng hoặc kéo dài, dường như đều có chung một thủ phạm – sự gia tăng của lượng tiền. Khi chính phủ tạo ra một lượng lớn tiền, giá trị của tiền giảm. Vào đầu những năm 1920, khi giá cả ở Đức tăng gấp 3 lần mỗi tháng, lượng tiền cũng tăng gấp 3 lần mỗi tháng. Dù ít nghiêm trọng hơn, nhưng lịch sử kinh tế Hoa Kỳ cũng đã đưa chúng ta đến một kết luận tương tự: lạm phát cao trong những năm 1970 đi liền với sự gia tăng nhanh chóng của lượng tiền và lạm phát thấp trong những năm 1990 đi liền với sự gia tăng chậm của lượng tiền.

Nguyên lý 10: Xã hội đối mặt với sự đánh đổi ngắn hạn giữa lạm phát và thất nghiệp

Mặc dù trong dài hạn, mức giá cao hơn chủ yếu là do sự gia tăng lượng cung tiền, mối quan hệ này trong ngắn hạn phức tạp và nhiều tranh cãi hơn. Hầu hết các nhà kinh tế mô tả những tác động ngắn hạn của việc bơm tiền như sau:

- Tăng số lượng tiền trong nền kinh tế sẽ kích thích mức tổng chi tiêu và do đó kích thích cầu hàng hóa và dịch vụ.
- Cầu cao hơn theo thời gian buộc các công ty tăng giá của họ, nhưng cùng lúc đó, cầu cao cũng khuyến khích họ thuê thêm lao động nhiều hơn và sản xuất nhiều hàng hóa và dịch vụ hơn.
- Thuê lao động nhiều hơn có nghĩa là tỷ lệ thất nghiệp thấp hơn.

Dòng suy luận này dẫn đến một sự đánh đổi trong phạm vi nền kinh tế: sự đánh đổi giữa lạm phát và thất nghiệp trong ngắn hạn.

Mặc dù một số nhà kinh tế vẫn nghi ngờ những ý tưởng này, hầu hết họ thừa nhận rằng xã hội phải đối mặt với sự đánh đổi giữa lạm phát và thất nghiệp trong ngắn hạn. Điều đó hàm ý rằng trong khoảng thời gian một hay hai năm, nhiều chính sách kinh tế đẩy lạm phát và thất nghiệp đi theo những hướng trái ngược nhau. Bất kể thất nghiệp và lạm phát ban đầu ở mức cao (như đầu những năm 1980) hay thấp (như cuối thập kỷ 1990) hay nằm ở đâu đó giữa hai thái cực đó, thì các nhà chính sách vẫn phải đối mặt với sự đánh đổi này. Sự đánh đổi trong ngắn hạn này đóng một vai trò quan trọng trong việc phân tích **chu kỳ kinh tế**[1] – sự biến động bất thường và không thể đoán trước của hoạt động kinh tế, được đo bằng lượng hàng hóa, dịch vụ sản xuất ra hoặc số lượng lao động có việc làm.

Những nhà hoạch định chính sách có thể khai thác sự đánh đổi trong ngắn hạn giữa lạm phát và thất nghiệp bằng cách sử dụng nhiều công cụ chính sách khác nhau. Bằng cách thay đổi số tiền mà chính phủ chi tiêu, số tiền mà chính phủ thu thuế, và lượng tiền in ra, các nhà hoạch định chính sách có thể tác động đến tổng cầu hàng hóa và dịch vụ. Sự thay đổi tổng cầu lần lượt ảnh hưởng đến mối quan hệ giữa lạm phát và thất nghiệp mà nền kinh tế trải qua trong ngắn hạn. Bởi vì các công cụ của chính sách kinh tế này có sức mạnh tiềm tàng như vậy, cách

1. **Chu kỳ kinh tế**: sự biến động của hoạt động kinh tế, chẳng hạn như việc làm và sản xuất.

thức mà những nhà hoạch định chính sách nên sử dụng các công cụ này để điều hành nền kinh tế luôn là một đề tài tranh cãi không ngừng.

Cuộc tranh cãi này nóng lên vào những năm đầu nhiệm kỳ của Tổng thống Barack Obama. Trong năm 2008 và 2009, nền kinh tế Mỹ, cũng như nhiều nền kinh tế khác trên thế giới, trải qua một cuộc suy thoái kinh tế sâu. Các vấn đề trong hệ thống tài chính, do các trò cá cược tồi tệ trên thị trường nhà đất, tràn qua các phần còn lại của nền kinh tế, làm giảm thu nhập và gia tăng thất nghiệp. Những nhà hoạch định chính sách phản ứng theo những cách khác nhau để tăng tổng cầu hàng hóa và dịch vụ. Sáng kiến lớn đầu tiên của Tổng thống Obama là một gói kích thích kinh tế về cắt giảm thuế và tăng chi tiêu chính phủ. Đồng thời, ngân hàng trung ương, tức Cục Dự trữ Liên bang, tăng cung tiền. Mục tiêu của các chính sách này là để giảm tỷ lệ thất nghiệp. Tuy nhiên, nhiều người lo ngại rằng những chính sách này theo thời gian có thể dẫn đến một mức độ lạm phát quá mức.

KIỂM TRA NHANH: *Hãy liệt kê và giải thích ngắn gọn ba nguyên lý mô tả phương thức vận hành của nền kinh tế.*

KẾT LUẬN

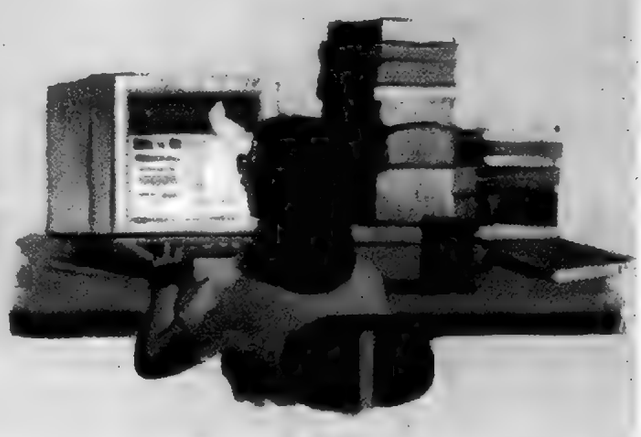
Giờ đây bạn đã biết đôi chút về kinh tế học. Trong những chương tiếp theo, chúng ta sẽ tìm hiểu thêm nhiều điều về con người, thị trường và nền kinh tế. Để nắm được những vấn đề này, chúng ta cần phải nỗ lực một chút, nhưng chúng ta sẽ làm được. Kinh tế học dựa trên một số ít ý tưởng căn bản để từ đó có thể áp dụng cho nhiều tình huống khác nhau.

Xuyên suốt cuốn sách này, chúng ta sẽ còn quay lại với *Mười Nguyên lý của Kinh tế học* đã được trình bày trong chương này và tóm tắt trong Bảng 1. Bạn hãy nhớ rằng ngay cả những phân tích kinh tế phức tạp nhất cũng được xây dựng trên nền tảng của mười nguyên lý này.

BẠN CÓ BIẾT *Cách đọc quyển sách này*

Kinh tế học khá thú vị, nhưng học nó cũng không dễ. Mục đích của tôi khi viết cuốn sách này là để làm cho việc học thú vị và dễ dàng nhất. Nhưng các bạn, những sinh viên, cũng có một vai trò trong việc học. Kinh nghiệm cho thấy rằng nếu bạn đang tham gia tích cực khi bạn nghiên cứu cuốn sách này, bạn sẽ nhận được một kết quả tốt hơn cả trong các kỳ thi và trong những năm tiếp theo của bạn. Dưới đây là một vài lời khuyên về cách tốt nhất để đọc cuốn sách này.

1. *Đọc trước khi đến lớp.* Sinh viên học tốt hơn khi họ đọc các chương sách giáo khoa có liên quan trước khi tham dự một bài giảng. Bạn sẽ hiểu bài giảng tốt hơn, và câu hỏi của bạn sẽ tập trung vào nơi bạn cần giúp đỡ thêm.
2. *Tóm tắt, không đánh dấu.* Đánh dấu màu vàng trên các đoạn văn bản trong sách là một hoạt động rất thụ động và làm giảm khả năng ghi nhớ của bạn. Thay vào đó, khi bạn đọc đến cuối của một phần, hãy dành vài phút và tóm tắt những gì bạn đã học theo cách diễn đạt riêng của bạn, viết tóm tắt của bạn bên lề sách. Khi hoàn tất mỗi chương, bạn hãy so sánh tóm tắt của bạn với tóm tắt ở cuối chương. Kiểm tra xem bạn có nhận ra các điểm chính của chương không?
3. *Tự kiểm tra.* Xuyên suốt cuốn sách, câu hỏi kiểm tra nhanh thường giúp bạn kiểm tra ngay lập tức xem bạn đã học được những gì bạn cần phải học hay không. Hãy viết ra câu trả lời của bạn, và sau đó kiểm tra xem nó khác với các câu trả lời được cung cấp tại trang web của cuốn sách này hay không. Các câu hỏi kiểm tra nhanh là để kiểm tra mức độ hiểu cơ bản của bạn. Nếu câu trả lời của bạn không chính xác, bạn có thể cần phải xem lại phần này.
4. *Thực hành, thực hành, thực hành.* Ở cuối mỗi chương, những Câu hỏi Ôn tập kiểm tra mức độ hiểu của bạn, các Bài tập và Ứng dụng đòi hỏi bạn áp dụng và mở rộng nội dung bài đọc. Có lẽ giảng viên của bạn sẽ giao một số bài tập về nhà trong số các bài tập này. Nếu vậy, bạn hãy làm các bài tập này. Nếu không, bạn cũng nên làm các bài tập này. Càng sử dụng kiến thức mới, bạn sẽ càng nắm vững nó hơn.
5. *Sử dụng tài liệu trực tuyến.* Các nhà xuất bản của cuốn sách này có một trang web rất đầy đủ để giúp bạn trong việc học kinh tế học. Nó bao gồm các ví dụ, ứng dụng, bài tập, cũng như các câu hỏi bổ sung để bạn có thể tự kiểm tra. Xem thử tại địa chỉ www.cengage.com/international.
6. *Học nhóm.* Sau khi bạn đã đọc cuốn sách và tự làm các bài tập, hãy tập trung các bạn cùng lớp để thảo luận về tài liệu. Bạn sẽ học hỏi lẫn nhau – đây là một ví dụ về lợi ích từ thương mại.
7. *Dạy cho một người nào đó.* Như tất cả các giáo viên đều biết, không có cách nào tốt hơn để học một cái gì đó bằng cách dạy cho người khác. Hãy chớp lấy cơ hội để dạy các khái niệm kinh tế mới cho một đối tác nghiên cứu, bạn bè, cha mẹ, hoặc thậm chí một con vật cưng.
8. *Đừng bỏ qua các ví dụ thực tế.* Tất cả các con số, đồ thị, và các từ mới lạ rất dễ làm chúng ta quên đi nội dung chính của kinh tế học. Các nghiên cứu tình huống trong hộp rải rác khắp cuốn sách này sẽ giúp nhắc nhở bạn. Các tình huống trong các hộp này cho thấy lý thuyết gắn liền với các sự kiện xảy ra trong cuộc sống của chúng ta như thế nào.
9. *Áp dụng tư duy kinh tế với cuộc sống hàng ngày của bạn.* Một khi bạn đã đọc về cách những người khác áp dụng kinh tế vào thế giới thực, hãy tự mình thử! Bạn có thể sử dụng phân tích kinh tế để hiểu rõ hơn về quyết định của riêng bạn, về nền kinh tế xung quanh bạn và các sự kiện bạn đọc trên báo chí. Thế giới không bao giờ có thể chứng kiến một sự kiện hai lần.



Bảng 1.
Mười Nguyên lý của Kinh tế học

Con người ra quyết định như thế nào
1: Con người luôn đối diện với sự đánh đổi
2: Chi phí của một thứ gì đó là những gì bạn mất đi để có được nó
3: Mọi người duy lý suy nghĩ ở mức cận biên
4: Con người phản ứng đối với các động cơ khuyến khích

Con người tương tác với nhau như thế nào
5: Thương mại có thể làm tăng phúc lợi cho mọi người
6: Thị trường thường là phương thức tốt để tổ chức các hoạt động kinh tế
7: Đôi khi chính phủ có thể cải thiện kết quả thị trường

Nền kinh tế vận hành như thế nào
8: Mức sống của một nước phụ thuộc vào khả năng sản xuất hàng hóa và dịch vụ của nước đó
9: Giá cả tăng khi chính phủ in quá nhiều tiền
10: Chính phủ phải đối mặt với sự đánh đổi trong ngắn hạn giữa lạm phát và thất nghiệp

TÓM TẮT

Những bài học căn bản về cách thức ra quyết định cá nhân là: con người đối mặt với sự đánh đổi giữa các mục tiêu khác nhau, chi phí của bất kỳ hành động nào cũng được tính bằng những cơ hội bị bỏ qua, con người duy lý đưa ra quyết định dựa trên sự so sánh giữa chi phí và ích lợi biên, và cuối cùng là con người thay đổi hành vi để đáp lại các động cơ khuyến khích mà họ đối mặt.

Những bài học căn bản về sự tác động qua lại giữa con người với nhau là: thương mại (tức trao đổi) có thể đem lại ích lợi cho cả hai bên, thị trường thường là cách thức tốt để phối hợp các hoạt động kinh tế của mọi người, và chính phủ có thể cải thiện các kết cục thị trường bằng cách khắc phục thất bại thị trường hoặc bằng cách thúc đẩy mục tiêu bình đẳng kinh tế nhiều hơn.

Những bài học căn bản về nền kinh tế với tư cách một tổng thể là: năng suất là nguồn gốc cuối cùng của mức sống, sự gia tăng lượng tiền là nguyên nhân cuối cùng của lạm phát và xã hội đối mặt với sự đánh đổi ngắn hạn giữa lạm phát và thất nghiệp.

KHÁI NIỆM THEN CHỐT

Sự khan hiếm	scarcity
Kinh tế học	economics
Hiệu quả	efficiency
Bình đẳng	equality
Chi phí cơ hội	opportunity cost
Con người duy lý	rational people
Sự thay đổi biên	marginal change

Động cơ khuyến khích	incentive
Nền kinh tế thị trường	market economy
Quyền sở hữu tài sản	property rights
Thất bại thị trường	market failure
Ngoại tác	externality
Quyền lực thị trường	market power
Năng suất	productivity
Lạm phát	inflation
Chu kỳ kinh tế	business cycle

CÂU HỎI ÔN TẬP

1. Cho ba ví dụ quan trọng về sự đánh đổi mà bạn phải đối mặt trong cuộc sống của bạn.
2. Chi phí cơ hội của việc học đại học là gì?
3. Nước là cần thiết cho cuộc sống. Lợi ích biên của một ly nước là lớn hay nhỏ?
4. Tại sao các nhà hoạch định chính sách nên suy nghĩ về các động cơ khuyến khích?
5. Tại sao thương mại không phải là một trò chơi có kẻ thắng người thua?
6. "Bàn tay vô hình" của thị trường có vai trò gì?
7. Hãy giải thích hai nguyên nhân chính dẫn đến thất bại thị trường và cho một ví dụ ứng với mỗi nguyên nhân.
8. Tại sao năng suất lại quan trọng?
9. Lạm phát là gì và cái gì gây ra nó?
10. Lạm phát và thất nghiệp liên quan với nhau trong ngắn hạn như thế nào?

BÀI TẬP VÀ ỨNG DỤNG

1. Mô tả một số đánh đổi trong các tình huống sau đây:
   a. Một gia đình quyết định có nên mua một chiếc xe mới không.
   b. Một dân biểu Quốc hội quyết định chi bao nhiêu cho các vườn quốc gia.
   c. Một chủ tịch công ty quyết định có nên đầu tư mở một nhà máy mới không.
   d. Một giáo sư quyết định dành bao nhiêu thời gian để chuẩn bị cho lớp học.
   e. Một sinh viên vừa tốt nghiệp đại học quyết định có nên theo đuổi chương trình sau đại học không.

2. Bạn đang cân nhắc để quyết định nên có một kỳ nghỉ hay không. Hầu hết các chi phí của các kỳ nghỉ (vé máy bay, khách sạn, và tiền lương mất đi) được đo bằng tiền, nhưng những lợi ích của kỳ nghỉ chỉ là tâm lý thoải mái. Làm thế nào bạn có thể so sánh những lợi ích và chi phí?
3. Bạn đã dự tính để dành ngày thứ bảy làm việc bán thời gian, nhưng một người bạn rủ bạn đi trượt tuyết. Chi phí thực sự của việc đi trượt tuyết là gì? Bây giờ giả sử bạn đã dự tính dành ngày thứ bảy để học tập tại thư viện. Chi phí đi trượt tuyết trong trường hợp này là gì? Giải thích.
4. Bạn thắng 100 đô la trong một trận bóng rổ. Bạn có một sự lựa chọn giữa chi tiêu khoản tiền này ngay bây giờ hoặc gửi vào tài khoản tiết kiệm ngân hàng thời hạn một năm với lãi suất 5%. Chi phí cơ hội của việc chi tiêu 100 đô la bây giờ là gì?
5. Công ty mà bạn quản lý đã đầu tư 5 triệu đô la vào việc phát triển một sản phẩm mới, nhưng dự án này chưa hoàn tất. Tại một cuộc họp gần đây, nhân viên bán hàng của bạn báo cáo là sự xuất hiện một số sản phẩm cạnh tranh đã làm giảm doanh thu dự kiến của sản phẩm mới của bạn xuống còn 4 triệu đô la. Nếu chi phí để hoàn tất việc phát triển và sản xuất sản phẩm là 3 triệu đô la, bạn có nên tiếp tục phát triển sản phẩm không? Mức chi phí cao nhất bạn nên trả để hoàn tất dự án phát triển sản phẩm này là bao nhiêu?
6. Hệ thống bảo hiểm xã hội trả tiền hưu trí cho những người trên 65 tuổi. Nếu một người được nhận phúc lợi xã hội quyết định đi làm việc và kiếm được một số thu nhập, số tiền mà họ nhận được bảo hiểm xã hội thường sẽ giảm.
   a. Chế độ bảo hiểm xã hội trên ảnh hưởng như thế nào đến động lực tiết kiệm của người dân trong quá trình làm việc?
   b. Việc cắt giảm tiền hưu trí do thu nhập cao hơn ảnh hưởng đến động cơ làm việc của người dân trên 65 tuổi như thế nào?
7. Một đạo luật năm 1996 về cải cách chương trình giảm nghèo của chính phủ liên bang dự kiến giảm thời gian trợ cấp xã hội của nhiều đối tượng xuống còn hai năm.
   a. Sự thay đổi này ảnh hưởng đến động cơ làm việc như thế nào?
   b. Sự thay đổi này thể hiện sự đánh đổi giữa bình đẳng và hiệu quả như thế nào?
8. Bạn cùng phòng của bạn nấu ăn giỏi hơn bạn, nhưng bạn lau nhà sạch hơn so với bạn cùng phòng của bạn. Nếu bạn cùng phòng của bạn đảm nhận toàn bộ việc nấu ăn và bạn chỉ lau nhà, cách phân công này sẽ cần ít hay nhiều thời gian hơn nếu bạn chia mỗi công việc đều nhau cho mỗi người? Cho một ví dụ tương tự về việc chuyên môn hóa và trao đổi có thể làm cho hai nước đều tăng phúc lợi.
9. Giải thích mỗi hoạt động sau đây của chính phủ nhằm thúc đẩy sự bình đẳng hay hiệu quả. Trong trường hợp hiệu quả, hãy thảo luận về các loại thất bại thị trường liên quan.

a. Kiểm soát giá truyền hình cáp

b. Cấp phiếu mua thực phẩm cho một số người nghèo

c. Cấm hút thuốc ở nơi công cộng

d. Tách công ty Standard Oil (chiếm 90% sản lượng dầu mỏ) thành các công ty nhỏ hơn

e. Áp đặt thuế suất thu nhập cá nhân cao hơn đối với những người có thu nhập cao hơn

f. Ban hành luật cấm lái xe khi uống rượu.

10. Thảo luận mỗi phát biểu sau đây từ quan điểm bình đẳng và hiệu quả

a. "Mọi người trong xã hội cần phải được đảm bảo chăm sóc sức khỏe tốt nhất".

b. "Khi người lao động bị sa thải, họ nên được nhận tiền trợ cấp thất nghiệp cho đến khi họ tìm thấy một công việc mới."

11. Mức sống của bạn bây giờ khác như thế nào so với mức sống của cha mẹ hoặc ông bà của bạn khi họ bằng tuổi của bạn? Tại sao những thay đổi đó xảy ra?

12. Giả sử người dân Hoa Kỳ quyết định tiết kiệm nhiều hơn từ thu nhập của họ. Nếu các ngân hàng cho các doanh nghiệp vay số tiết kiệm tăng thêm này, trong đó các doanh nghiệp sử dụng các quỹ vay này để xây dựng nhà máy mới, điều này có thể dẫn đến tăng trưởng năng suất nhanh hơn không? Ai sẽ được lợi từ việc tăng năng suất này? Liệu xã hội có nhận được một lợi ích miễn phí không?

13. Trong năm 2010, Tổng thống Barack Obama và Quốc hội ban hành một dự luật cải cách y tế ở Hoa Kỳ . Hai mục tiêu của dự luật là để cung cấp bảo hiểm y tế cho nhiều người dân Hoa Kỳ hơn (thông qua các khoản trợ cấp cho các hộ gia đình có thu nhập thấp lấy nguồn kinh phí từ thuế do các hộ gia đình có thu nhập cao nộp) và giảm chi phí chăm sóc sức khỏe (thông qua những cải cách khác nhau trong cách cung cấp dịch vụ chăm sóc sức khỏe).

a. Các mục tiêu này liên quan đến bình đẳng và hiệu quả như thế nào?

b. Cải cách chăm sóc sức khỏe có nâng cao năng suất ở Hoa Kỳ?

c. Cải cách chăm sóc sức khỏe có thể làm giảm năng suất ở Hoa Kỳ như thế nào?

14. Khi các quốc gia lâm vào chiến tranh, họ sẽ rất khó thu đủ thuế để tài trợ cho chiến tranh. Để bù vào thâm hụt, các quốc gia tham chiến quyết định in thêm tiền. In tiền để trang trải chi phí đôi khi được gọi là "thuế lạm phát." Theo bạn, ai là người bị "đánh thuế" khi chính phủ in thêm tiền? Tại sao?

15. Hãy tưởng tượng rằng bạn là một nhà hoạch định chính sách đang cố gắng ra quyết định về việc có nên giảm tỷ lệ lạm phát hay không. Để có một quyết định đúng, bạn cần biết gì về lạm phát, thất nghiệp và sự đánh đổi giữa chúng?

16. Một nhà hoạch định chính sách đang quyết định làm thế nào để tài trợ cho việc xây dựng một sân bay mới. Ông có thể lựa chọn phương án tài trợ cho việc xây dựng sân bay này bằng cách tăng thuế của người dân hoặc bằng cách in thêm tiền. Hãy chỉ ra một số tác động ngắn hạn và dài hạn của mỗi lựa chọn này.

Để biết thêm thông tin về chủ đề của chương này, hãy ghé thăm website của chúng tôi tại *www.cengage.com/international* để xem thêm bài tập, ứng dụng, ví dụ, các bài kiểm tra trực tuyến và các nội dung khác.

2

SUY NGHĨ NHƯ MỘT NHÀ KINH TẾ HỌC

Mỗi lĩnh vực nghiên cứu đều có ngôn ngữ và cách tư duy riêng của nó. Các nhà toán học nói về các định lý, đạo hàm và các không gian vector. Các nhà tâm lý học nói về cái tôi, về nó và về các bất đồng trong nhận thức. Các luật sư nói về địa điểm, về các sai lầm và sự ràng buộc của lời hứa.

Các nhà kinh tế cũng vậy. Những thuật ngữ như cung, cầu, độ co giãn, lợi thế so sánh, thặng dư tiêu dùng, tổn thất vô ích là một phần trong ngôn ngữ của nhà kinh tế. Trong những chương tiếp theo, bạn sẽ bắt gặp nhiều thuật ngữ mới và những từ ngữ quen thuộc mà các nhà kinh tế dùng theo những cách rất riêng. Ban đầu, ngôn ngữ mới này có vẻ bí hiểm, nhưng rồi bạn sẽ thấy rằng giá trị của chúng có thể cung cấp cho bạn một cách nhìn mới và hữu ích hơn khi suy nghĩ về thế giới mà mình đang sống.

Mục đích của cuốn sách này là giúp bạn học được cách tư duy của nhà kinh tế. Cũng giống như không thể chỉ qua một đêm mà có thể trở thành nhà toán học, nhà tâm lý học hay luật sư, cần phải có thời gian để học cách tư duy như một nhà kinh tế. Với sự kết hợp về lý thuyết, nghiên cứu tình huống và các ví dụ về kinh tế học theo các dòng sự kiện, cuốn sách này sẽ tạo cho bạn nhiều cơ hội để phát triển và tập luyện kỹ năng này.

Trước khi đi vào các phần nhỏ và chi tiết của kinh tế học, chúng ta nên có một cách nhìn tổng quan xem các nhà kinh tế tiếp cận thế giới như thế nào. Chương này sẽ thảo luận về phương pháp trong lĩnh vực này. Cách mà nhà kinh tế học giải quyết một câu hỏi có gì khác thường? Suy nghĩ như một nhà kinh tế học có nghĩa là gì?

NHÀ KINH TẾ LÀ NHÀ KHOA HỌC

Các nhà kinh tế cố gắng đưa ra các chủ để theo cách khách quan của nhà khoa học. Họ suy nghĩ về nền kinh tế giống như cách mà nhà vật lý tiếp cận một vấn để nghiên cứu về vật chất và một nhà sinh vật học tiếp cận nghiên cứu về cuộc sống. Họ xây dựng các học thuyết, thu thập dữ liệu, và sau đó phân tích những dữ liệu này để khẳng định hay bác bỏ các học thuyết đó.

Đối với người mới bắt đầu, có gì đó kỳ lạ khi cho rằng kinh tế học là một môn khoa học. Suy cho cùng thì các nhà kinh tế đâu có làm việc với các ống nghiệm hay kính viễn vọng. Tuy nhiên, bản chất của khoa học là ở *phương pháp* – đó là quá trình phát triển và kiểm định một cách vô tư các học thuyết về cách vận hành của sự vật và hiện tượng. Quá trình này được áp dụng trong nghiên cứu nền kinh tế của một quốc gia cũng như nó đã được áp dụng cho việc nghiên cứu về lực hút của trái đất hay sự tiến hóa của các loài. Giống như Albert Einstein đã từng nói "Khoa học chẳng có gì khác hơn là sự chắt lọc lại những suy nghĩ thường ngày".

Phát biểu của Einstein là đúng cho những ngành khoa học xã hội như kinh tế và cũng đúng cho những ngành khoa học tự nhiên như vật lý. Hầu hết mọi người không quen nhìn vào xã hội với con mắt của một nhà khoa học. Hãy thảo luận một vài cách mà nhà kinh tế áp dụng tính logic trong khoa học vào việc tìm hiểu một nền kinh tế.

Phương pháp khoa học: Quan sát, lý thuyết, và quan sát nhiều hơn

Một ngày nọ, Isaac Newton, nhà khoa học và cũng là nhà toán học nổi tiếng thế kỷ 17, bị cuốn hút khi nhìn thấy một quả táo rơi từ cành cây. Sự quan sát này đã kích thích Newton phát triển ra luật vạn vật hấp dẫn không chỉ ứng dụng cho hiện tượng trái táo rơi xuống đất mà còn cho bất cứ hai vật thể nào trong vũ trụ. Các nghiên cứu sau đó kiểm định định luật này của Newton cho thấy nó đúng trong nhiều trường hợp, (nhưng không phải với mọi trường hợp, như Einstein đã nhấn mạnh sau đó). Bởi vì lý thuyết của Newton đã quá thành công trong việc giải thích hiện tượng, đến nay nó vẫn còn được dạy trong môn vật lý cho sinh viên bậc đại học khắp thế giới.

Sự tương tác giữa lý thuyết và quan sát cũng xuất hiện trong lĩnh vực kinh tế học. Ví dụ, một nhà kinh tế đang sống trong một quốc gia có giá cả tăng nhanh và từ hiện tượng này xây dựng nên lý thuyết về lạm phát. Lý thuyết này có thể cho rằng lạm phát cao xảy ra khi chính phủ in quá nhiều tiền. Để kiểm tra lý thuyết này, nhà kinh tế có thể thu thập và phân tích số liệu về giá cả và lượng tiền từ nhiều quốc gia khác nhau. Nếu như sự gia tăng của lượng tiền hoàn toàn không liên quan đến tốc độ gia tăng của giá cả, nhà kinh tế học sẽ hoài nghi về độ tin cậy của lý thuyết lạm phát này. Nếu như dữ liệu các nước cho thấy kết quả tốc độ tăng cung tiền và lạm phát có tương quan chặt chẽ với nhau (thực tế là như vậy), nhà kinh tế sẽ tự tin hơn với lý thuyết của mình.

Mặc dù các nhà kinh tế sử dụng lý thuyết và quan sát trong nghiên cứu như những nhà khoa học khác, họ có một trở ngại lớn: trong kinh tế học, thực hiện một thí nghiệm thường là khó khăn và đôi khi là bất khả thi. Các nhà vật lý nghiên cứu trọng lực bằng cách thả các vật thể trong phòng thí nghiệm để tạo ra dữ liệu nhằm kiểm tra lý thuyết của họ. Ngược lại, các nhà kinh tế nghiên cứu lạm phát không thể nào điều khiển chính sách tiền tệ của một quốc gia đơn giản chỉ để tạo ra dữ liệu, cho dù là dữ liệu có ích. Cũng giống như các nhà thiên văn học và sinh vật học tiến hóa, các nhà kinh tế thường phải làm việc với bất cứ dữ liệu nào sẵn có từ những hiện tượng diễn ra xung quanh.

Để thay thế cho các thí nghiệm trong phòng thí nghiệm, các nhà kinh tế quan tâm nhiều hơn đến các thí nghiệm tự nhiên do lịch sử tạo ra. Khi chiến tranh xảy ra ở Trung Đông cắt đứt nguồn cung dầu thô, giá dầu tăng vọt trên toàn thế giới. Đối với những người tiêu thụ dầu và sản phẩm từ dầu, sự kiện này làm giảm đi mức sống của họ. Đối với các nhà hoạch định chính sách kinh tế, sự kiện này làm cho họ phải đau đầu tìm ra cách đối phó tốt nhất. Nhưng với các nhà khoa học kinh tế, sự kiện này tạo ra cơ hội để nghiên cứu tác động của nguồn tài nguyên quan trọng đối với nền kinh tế thế giới. Do đó, trong cuốn sách này, chúng ta sẽ tìm hiểu nhiều sự kiện lịch sử. Những sự kiện này rất đáng để nghiên cứu bởi vì chúng cung cấp cho chúng ta những cách nhìn sâu vào nền kinh tế trong quá khứ, và quan trọng hơn, nó cho phép chúng ta minh họa và đánh giá các lý thuyết kinh tế hiện tại.

Vai trò của các giả định

Nếu như bạn hỏi một nhà vật lý rằng phải mất bao lâu để viên đá cẩm thạch rơi từ đỉnh của một tòa nhà mười tầng xuống đất, có thể cô ấy sẽ trả lời bằng cách trước tiên giả định rằng viên đá rơi trong môi trường chân không. Dĩ nhiên là giả định này không chính xác. Thật ra, xung quanh tòa nhà là không khí, nó gây ra ma sát lên viên đá đang rơi và làm giảm tốc độ rơi, nhưng nhà vật lý sẽ chỉ ra rằng, do lực ma sát lên viên đá là rất nhỏ nên ảnh hưởng này là không đáng kể. Vì vậy giả định viên đá rơi trong môi trường chân không có thể làm đơn giản hóa vấn đề mà không gây ảnh hưởng đáng kể đến câu trả lời.

Các nhà kinh tế cũng đưa ra giả định với cùng lý do: giả định để đơn giản hóa một thế giới đầy phức tạp và làm cho nó dễ hiểu hơn. Ví dụ như để nghiên cứu ảnh hưởng của thương mại quốc tế, chúng ta có thể giả định rằng cả thế giới chỉ có hai quốc gia và mỗi quốc gia chỉ sản xuất hai loại hàng hóa. Trên thực tế thì có nhiều quốc gia, mỗi quốc gia sản xuất ra hàng ngàn loại hàng hóa khác nhau. Nhưng với giả định hai quốc gia và hai hàng hóa, chúng ta có thể tập trung để suy nghĩ về bản chất của vấn đề. Một khi chúng ta đã hiểu được vấn đề trong thế giới tưởng tượng đơn giản này, chúng ta sẽ có thể hiểu rõ hơn về vấn đề thương mại quốc tế trong thế giới thực đầy phức tạp mà chúng ta đang sống.

Nghệ thuật trong tư duy khoa học – cho dù là trong vật lý, sinh học hay kinh tế học – chính là ở chỗ quyết định xem cần phải giả định cái gì. Ví dụ, thay vì thả viên đá từ trên nóc của tòa nhà, chúng ta thả một quả bóng to có cùng trọng lượng. Nhà vật lý sẽ nhận ra ngay rằng giả định không có ma sát không còn chính xác trong trường hợp này: lực ma sát tác động lên quả bóng sẽ lớn hơn so với viên đá bởi vì quả bóng lớn hơn nhiều. Giả định về lực hấp dẫn trong trường hợp thả viên đá là hợp lý nhưng không thể áp dụng trong nghiên cứu với quả bóng.

Tương tự, nhà kinh tế sử dụng các giả định khác nhau để trả lời những câu hỏi khác nhau. Giả sử chúng ta muốn nghiên cứu xem điều gì sẽ xảy ra với nền kinh tế khi chính phủ thay đổi lượng tiền trong lưu thông. Cụ thể là giá sẽ thay đổi như thế nào. Giá của nhiều hàng hóa trong nền kinh tế thay đổi không thường xuyên, ví dụ như giá các tạp chí thì vài năm mới thay đổi một lần. Nắm

được điều này sẽ giúp chúng ta đưa ra các giả định khác nhau khi nghiên cứu về tác động của chính sách theo các khoảng thời gian khác nhau. Ví dụ như khi nghiên cứu tác động trong ngắn hạn, chúng ta có thể giả định rằng giá cả không thay đổi nhiều. Chúng ta thậm chí có thể đưa ra các giả định mang tính giả tưởng và cực đoan rằng giá cả là hoàn toàn cố định. Khi nghiên cứu tác động của chính sách trong dài hạn, chúng ta có thể giả định rằng giá cả là hoàn toàn linh hoạt. Cũng giống như nhà vật lý sử dụng những giả định khác nhau khi nghiên cứu viên đá và quả bóng đang rơi, các nhà kinh tế sử dụng các giả định khác nhau khi nghiên cứu những tác động trong ngắn hạn và dài hạn của việc thay đổi lượng tiền trong nền kinh tế.

Mô hình kinh tế học

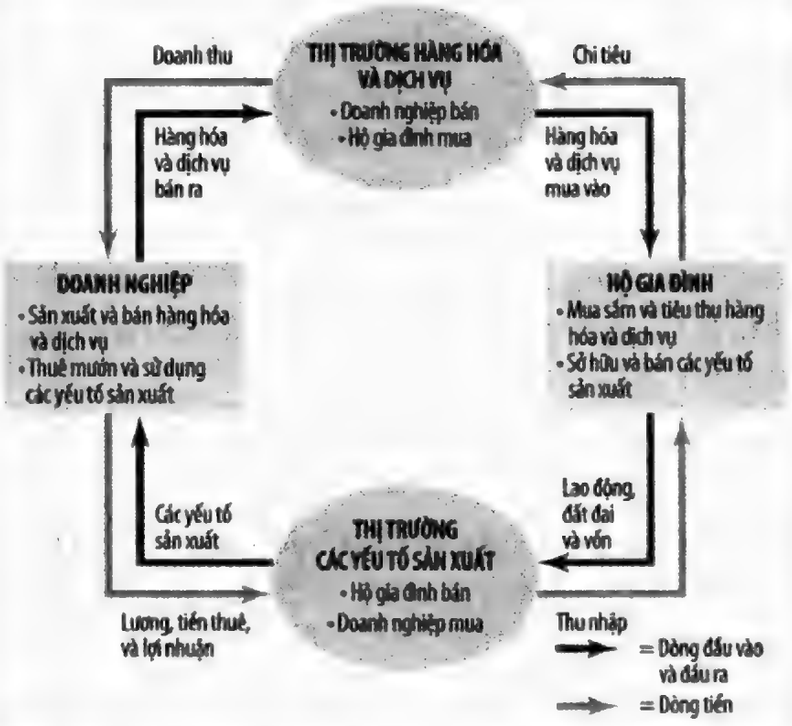
Các giáo viên dạy sinh học ở trường phổ thông dạy cho học sinh biết cấu tạo cơ bản của cơ thể con người trên các mô hình bằng nhựa. Những mô hình này có đầy đủ các cơ quan quan trọng như tim, gan, thận, v.v... Các mô hình cho phép giáo viên chỉ cho học sinh một cách đơn giản để hiểu được rằng các bộ phận phối hợp với nhau như thế nào. Bởi vì các mô hình bằng nhựa này được cách điệu hóa và bỏ đi nhiều chi tiết, không ai có thể nhầm nó với con người thật. Mặc dù là thiếu đi tính thực tế – thật ra, cũng bởi vì thiếu đi tính thực tế – nghiên cứu những mô hình này là một cách tốt để biết được xem cơ thể con người hoạt động như thế nào.

Các nhà kinh tế cũng sử dụng mô hình để tìm hiểu về thế giới, nhưng không phải những mô hình bằng nhựa mà thường là những biểu đồ và phương trình. Giống như mô hình bằng nhựa của các giáo viên sinh học, các mô hình kinh tế bỏ đi nhiều chi tiết để cho chúng ta tập trung hiểu được những vấn đề thật sự quan trọng. Nếu như mô hình của giáo viên sinh học không có toàn bộ các cơ và mao mạch, mô hình của nhà kinh tế không có đầy đủ tất cả các đặc trưng của nền kinh tế.

Khi chúng ta sử dụng mô hình để tìm hiểu những vấn đề kinh tế khác nhau trong cuốn sách này, các bạn sẽ thấy tất cả các mô hình đều được xây dựng đi kèm với các giả định. Cũng giống như nhà vật lý bắt đầu phân tích viên đá đang rơi xuống bằng cách giả định ma sát không tồn tại, các nhà kinh tế giả định bỏ qua nhiều chi tiết của nền kinh tế mà chúng không liên quan đến câu hỏi cần nghiên cứu. Tất cả các mô hình – trong vật lý, sinh học và kinh tế học – đơn giản hóa thực tế để giúp chúng ta hiểu về chúng nhiều hơn.

Mô hình đầu tiên: Sơ đồ chu chuyển

Nền kinh tế có hàng triệu con người tham gia vào nhiều hoạt động như mua, bán, làm việc, thuê mướn, chế biến, v.v... Để hiểu một nền kinh tế vận hành như thế nào, chúng ta phải tìm cách nào đó đơn giản hóa những suy nghĩ về các hoạt động này. Nói cách khác, chúng ta cần một mô hình có thể giải thích xem nền kinh tế được tổ chức như thế nào và những người tham gia trong nền kinh tế tương tác với nhau ra sao.



Hình 1

DÒNG CHU CHUYỂN

Biểu đồ này là một sơ đồ đại diện về cách thức tổ chức của nền kinh tế. Các quyết định được đưa ra bởi các hộ gia đình và doanh nghiệp. Các hộ gia đình và doanh nghiệp tương tác với nhau trên các thị trường hàng hóa và dịch vụ (trong đó các hộ gia đình là người mua còn doanh nghiệp là người bán) và trên các thị trường yếu tố sản xuất (trong đó doanh nghiệp là người mua còn các hộ gia đình là người bán). Tập hợp các mũi tên ở vòng ngoài chỉ sự lưu thông của dòng tiền và tập hợp các mũi tên ở vòng trong chỉ dòng lưu thông của các đầu vào đầu ra.

Hình 1 biểu thị một mô hình trực quan được gọi là **sơ đồ chu chuyển**[1]. Trong mô hình này, nền kinh tế được đơn giản hóa khi chỉ đưa vào hai nhóm ra quyết định là doanh nghiệp và hộ gia đình. Doanh nghiệp sản xuất hàng hóa và dịch vụ sử dụng các đầu vào như lao động, đất đai và vốn (nhà xưởng và máy móc). Những đầu vào này được gọi là các *yếu tố sản xuất*. Hộ gia đình sở hữu các yếu tố sản xuất và tiêu thụ các hàng hóa và dịch vụ do doanh nghiệp sản xuất ra.

Hộ gia đình và doanh nghiệp tương tác với nhau trên hai thị trường. Ở *thị trường hàng hóa và dịch vụ*, hộ gia đình là người mua và doanh nghiệp là người bán. Cụ thể là, hộ gia đình mua các hàng hóa và dịch vụ do các doanh nghiệp sản xuất. Ở *thị trường yếu tố sản xuất*, hộ gia đình là người bán và doanh nghiệp là người mua. Hộ gia đình cung cấp đầu vào cho các doanh nghiệp sử dụng để sản xuất hàng hóa và dịch vụ. Sơ đồ chu chuyển đưa ra một cái nhìn đơn giản cách thức sắp xếp các giao dịch xảy ra giữa các hộ gia đình và các doanh nghiệp trong nền kinh tế.

Hai vòng lặp của sơ đồ chu chuyển tuy khác nhau nhưng lại có liên quan với nhau. Vòng bên trong biểu thị cho dòng chu chuyển của đầu vào và đầu ra. Hộ gia đình bán sức lao động, đất đai và vốn cho doanh nghiệp trên thị trường các yếu tố sản xuất. Doanh nghiệp sử dụng những yếu tố này để sản xuất ra hàng hóa và dịch vụ. Vòng bên ngoài của biểu đồ đại diện cho dòng tiền luân chuyển tương ứng. Hộ gia đình chi tiền để mua hàng hóa và dịch vụ từ các doanh nghiệp. Doanh nghiệp sử dụng khoản doanh thu có được khi bán hàng hóa và dịch vụ để chi trả

1. **Sơ đồ chu chuyển**: biểu đồ biểu thị dòng tiền luân chuyển thông qua các thị trường, giữa các hộ gia đình và doanh nghiệp.

cho các yếu tố sản xuất, như là tiền lương của người lao động. Những gì còn lại chính là lợi nhuận của người chủ doanh nghiệp, và họ cũng chính là thành viên của các hộ gia đình.

Chúng ta hãy xem dòng tiền lưu thông vòng quanh dòng chu chuyển này diễn ra như thế nào trong nền kinh tế. Tưởng tượng rằng dòng tiền bắt đầu từ hộ gia đình, ví dụ như trong túi của bạn. Nếu bạn muốn mua một tách cà phê, bạn đem số tiền này đến thị trường hàng hóa và dịch vụ trong nền kinh tế, ví dụ như đến cửa hàng Starbucks gần nhất. Ở đó, bạn trả tiền để mua đồ uống mà mình yêu thích. Khi những đồng tiền này đi vào quầy thu tiền của Starbucks, nó trở thành doanh thu của doanh nghiệp. Tuy nhiên, dòng tiền này không ở lại Starbucks lâu bởi vì doanh nghiệp sử dụng nó để chi trả cho các đầu vào trên thị trường các yếu tố sản xuất. Starbucks có thể sử dụng số tiền này để chi trả cho tiền thuê mướn mặt bằng hay trả lương cho nhân viên. Trong bất kỳ trường hợp nào thì dòng tiền cũng trở thành thu nhập của một vài hộ gia đình, và một lần nữa, nó lại đi vào túi của ai đó. Tại đây, câu chuyện về dòng chu chuyển của nền kinh tế lại bắt đầu một lần nữa.

Biểu đồ dòng chu chuyển ở Hình 1 là một mô hình rất đơn giản của nền kinh tế. Nó bỏ qua những chi tiết quan trọng cho một số mục đích minh họa. Ví dụ như một mô hình dòng chu chuyển phức tạp và mang tính thực tế hơn sẽ bao gồm thêm vai trò của chính phủ và thương mại quốc tế. (Chẳng hạn một phần tiền bạn trả cho Starbucks sẽ được sử dụng để đóng thuế và mua hạt cà phê từ các trang trại ở Brazil). Nhưng những chi tiết này không quan trọng khi tìm hiểu một cách cơ bản xem một nền kinh tế được tổ chức như thế nào. Bởi vì tính giản đơn của nó, sơ đồ chu chuyển sẽ rất hữu dụng khi chúng ta nhớ lại xem các mảnh ghép trong nền kinh tế được gắn với nhau ra sao.

Mô hình thứ 2: Đường giới hạn khả năng sản xuất

Không giống như sơ đồ chu chuyển, phần lớn các mô hình kinh tế được xây dựng dựa trên các công cụ toán học. Ở đây chúng ta sử dụng một trong những mô hình đơn giản nhất để mô tả một vài ý tưởng kinh tế cơ bản: mô hình đường giới hạn khả năng sản xuất.

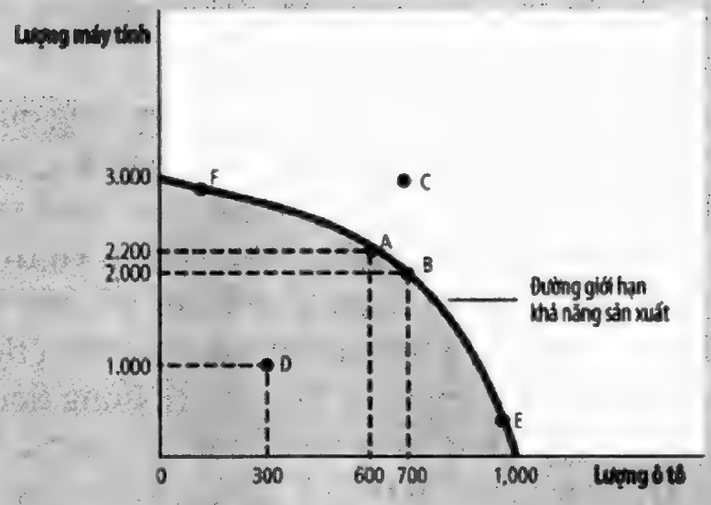
Mặc dù trên thực tế nền kinh tế sản xuất hàng ngàn loại hàng hóa và dịch vụ khác nhau, chúng ta hãy giả định một nền kinh tế chỉ sản xuất hai hàng hóa – ô tô và máy tính. Cả hai ngành công nghiệp này cũng đồng thời sử dụng tất cả các yếu tố sản xuất của nền kinh tế. **Đường giới hạn khả năng sản xuất** là một đồ thị biểu thị những phối hợp khác nhau của sản lượng đầu ra mà nền kinh tế có thể sản xuất – trong trường hợp này là ô tô và máy tính – khi sử dụng các yếu tố và công nghệ sản xuất sẵn có để tạo ra các sản phẩm này.

Hình 2 biểu diễn đường giới hạn khả năng sản xuất của nền kinh tế. Nếu như dành hết tất cả nguồn lực cho ngành công nghiệp ô tô, nền kinh tế có thể sản xuất ra được 1.000 chiếc xe nhưng không có chiếc máy tính nào. Nếu như dành hết tất cả nguồn lực cho ngành công nghiệp máy tính, nền kinh tế có thể sản xuất ra được 3.000 máy tính nhưng không có chiếc ô tô nào. Hai điểm cuối của đường giới hạn khả năng sản xuất đại diện cho hai khả năng tương ứng này.

Hình 2

Đường giới hạn khả năng sản xuất

Đường giới hạn khả năng sản xuất cho thấy những phối hợp của sản lượng đầu ra mà nền kinh tế có thể sản xuất, trong trường hợp này là xe hơi và máy tính. Nền kinh tế có thể sản xuất ở bất kỳ tổ hợp nào nằm trên hay nằm trong đường giới hạn. Những điểm nằm ngoài đường giới hạn là không khả thi đối với nguồn lực của nền kinh tế đã được cho trước.



Một chút thực tế hơn, nền kinh tế phân chia nguồn lực sao cho cả hai ngành công nghiệp xe hơi và máy tính đều có thể tham gia sản xuất. Ví dụ như, nguồn lực đó có thể dùng để làm ra 600 chiếc xe hơi và 2.200 chiếc máy tính, như tại điểm A trên hình vẽ. Hoặc có thể di chuyển các yếu tố sản xuất từ ngành công nghiệp máy tính sang ngành công nghiệp xe hơi như ở tại điểm B với 700 xe hơi và 2.000 chiếc máy tính.

Bởi vì nguồn lực là khan hiếm, không phải mức sản lượng nào cũng là khả thi. Ví dụ, không cần biết nguồn lực được phân bổ giữa hai ngành công nghiệp này như thế nào, nền kinh tế không thể sản xuất được số lượng xe hơi và máy tính như ở điểm C. Với công nghệ hiện có của ngành công nghiệp ô tô và máy tính, nền kinh tế không có đủ các yếu tố sản xuất để đáp ứng mức đầu ra đó. Với tất cả nguồn lực sẵn có, nền kinh tế chỉ có thể sản xuất tại bất kỳ điểm nào nằm trên hoặc nằm trong, chứ không thể ở ngoài đường giới hạn khả năng sản xuất.

Một kết quả được xem là *hiệu quả* nếu như nền kinh tế có thể đạt được nhiều nhất có thể từ nguồn tài nguyên khan hiếm của mình. Những điểm nằm trên (chứ không phải bên trong) đường giới hạn khả năng sản xuất biểu thị các mức sản xuất hiệu quả. Khi nền kinh tế đang sản xuất ở những điểm này, như tại điểm A chẳng hạn, không có cách nào để sản xuất thêm được một hàng hóa này mà không giảm bớt đi một hàng hóa khác. Điểm D biểu thị một kết quả *không hiệu quả*. Có lẽ vì một vài lý do nào đó, ví dụ như tình trạng thất nghiệp lan rộng, nền kinh tế sản xuất ít hơn khả năng mà nó có thể đạt được, ví dụ như chỉ có 300 xe hơi và 1.000 máy tính. Nếu như nguồn gốc gây ra tình trạng không hiệu quả được giải quyết, nền kinh tế có thể gia tăng sản xuất cả hai hàng hóa này, chẳng hạn như di chuyển từ điểm D đến điểm A, khi đó sản lượng xe hơi tăng từ 300 lên 600 còn sản lượng máy tính tăng từ 1.000 lên 2.200.

Một trong *Mười Nguyên lý của Kinh tế học* được thảo luận ở Chương 1 đó là con người đối mặt với sự đánh đổi. Đường giới hạn khả năng sản xuất thể hiện một sự đánh đổi mà nền kinh tế phải đối diện. Một khi chúng ta đã đạt đến những điểm hiệu quả trên đường giới hạn, cách duy nhất để sản xuất thêm một hàng hóa

này là sản xuất bớt hàng hóa khác. Ví dụ như khi nền kinh tế di chuyển từ điểm A sang điểm B, xã hội sản xuất thêm được 100 xe nhưng phải giảm bớt đi 200 chiếc máy tính.

Sự đánh đổi này giúp cho chúng ta hiểu thêm được một trong *Mười Nguyên lý của Kinh tế học*: chi phí của một thứ là tất cả những gì chúng ta phải hy sinh để có được nó, hay còn gọi là chi phí cơ hội. Đường giới hạn khả năng sản xuất cho chúng ta biết chi phí cơ hội của một hàng hóa được đo lường bằng số lượng hàng hóa khác. Khi di chuyển từ điểm A sang điểm B, nền kinh tế phải hy sinh 200 chiếc máy tính để sản xuất thêm được 100 chiếc xe hơi. Như vậy, tại điểm A, chi phí cơ hội của 100 chiếc xe hơi là 200 chiếc máy tính. Nói cách khác, chi phí cơ hội của mỗi chiếc xe hơi là hai chiếc máy tính. Để ý một chút chúng ta thấy chi phí cơ hội của một chiếc xe hơi chính là độ dốc của đường giới hạn khả năng sản xuất. (Nếu như không nhớ độ dốc là gì, bạn có thể xem lại phụ lục đồ thị của chương này.)

Chi phí cơ hội của một chiếc xe hơi tính theo đơn vị máy tính không phải là cố định trong nền kinh tế này mà nó phụ thuộc vào việc nền kinh tế hiện đang sản xuất bao nhiêu chiếc xe hơi và máy tính. Điều này được phản ánh qua hình dạng của đường giới hạn khả năng sản xuất. Do đường giới hạn khả năng sản xuất ở Hình 2 cong ra phía ngoài, chi phí cơ hội của một chiếc xe hơi là cao nhất khi nền kinh tế sản xuất nhiều xe hơi và ít máy tính, như tại điểm E, nơi mà đường giới hạn khá dốc. Khi nền kinh tế sản xuất ít xe hơi và nhiều máy tính, như tại điểm F, đường giới hạn trở nên bằng phẳng hơn và chi phí cơ hội của một chiếc xe hơi khi đó thấp hơn.

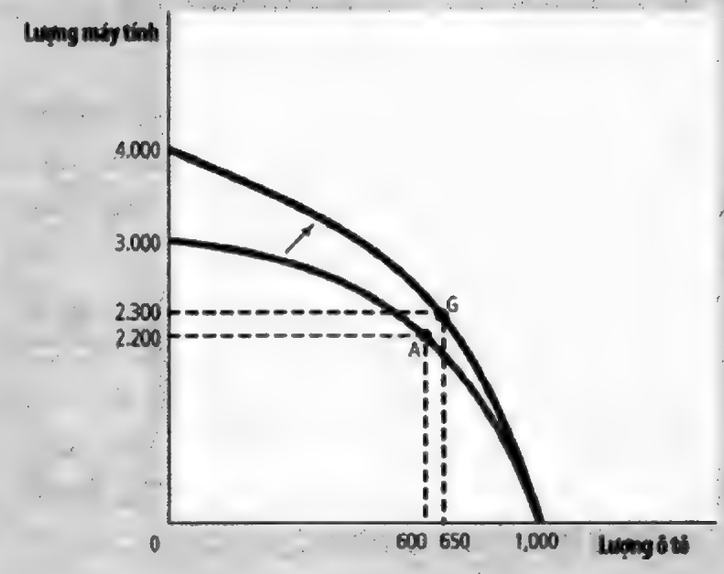
Các nhà kinh tế tin rằng đường giới hạn khả năng sản xuất thường có hình cong. Khi nền kinh tế sử dụng gần như toàn bộ nguồn lực để sản xuất máy tính, như tại điểm F, những nguồn lực lẽ ra được sử dụng tốt nhất ở ngành công nghiệp xe hơi, ví dụ như công nhân sản xuất xe hơi lành nghề chẳng hạn, lại phải đi làm việc ở ngành công nghiệp máy tính. Bởi vì những người công nhân này không giỏi chế tạo máy tính, nền kinh tế sẽ không phải hy sinh nhiều máy tính để sản xuất thêm một chiếc xe hơi. Chi phí cơ hội của một chiếc xe hơi tính theo đơn vị máy tính khi đó là nhỏ, và đường giới hạn tương đối bằng phẳng. Ngược lại, khi nền kinh tế sử dụng hầu hết nguồn lực để sản xuất xe hơi, ví dụ như tại điểm E, những nguồn lực được sử dụng tốt nhất trong ngành công nghiệp xe hơi thì đã ở sẵn đó rồi. Sản xuất thêm một chiếc xe hơi nghĩa là di chuyển một vài kỹ sư máy tính tốt nhất từ ngành công nghiệp máy tính sang làm thợ công nhân sản xuất xe hơi. Hệ quả là sản xuất thêm một chiếc xe hơi sẽ làm giảm đi một cách đáng kể sản lượng máy tính. Chi phí cơ hội của một chiếc xe hơi tăng và đường giới hạn khả năng sản xuất rất dốc.

Đường giới hạn khả năng sản xuất thể hiện sự đánh đổi giữa sản lượng đầu ra của các sản phẩm khác nhau tại một thời điểm. Nhưng theo thời gian, điều đó có thể thay đổi. Ví dụ như tiến bộ công nghệ trong ngành công nghiệp máy tính gia tăng số lượng máy tính có thể làm ra trong một tuần. Sự tiến bộ này mở rộng tập hợp các cơ hội của nền kinh tế. Tại bất kỳ mức sản lượng xe hơi nào, nền kinh tế cũng có thể sản xuất được thêm máy tính. Nếu như không sản xuất một chiếc

Hình 3

Sự dịch chuyển của đường giới hạn khả năng sản xuất

Một sự tiến bộ về công nghệ trong ngành công nghiệp máy tính cho phép nền kinh tế sản xuất ra nhiều máy tính hơn tại các mức sản lượng xe hơi cho trước. Kết quả là, đường giới hạn khả năng sản xuất dịch chuyển ra ngoài. Nếu nền kinh tế di chuyển từ điểm A sang điểm G thì khi đó sản lượng của cả xe hơi lẫn máy tính đều tăng lên.



máy tính nào, nền kinh tế vẫn chỉ có thể sản xuất tối đa được 1.000 chiếc xe hơi, nên một điểm cuối của đường giới hạn được giữ nguyên. Nhưng phần còn lại của đường giới hạn khả năng sản xuất dịch chuyển ra phía ngoài như Hình 3.

Hình này minh họa một sự tăng trưởng kinh tế. Xã hội có thể chuyển đổi sản xuất từ một điểm trên đường giới hạn khả năng sản xuất cũ sang một đường mới. Điểm nào được chọn phụ thuộc vào sự ưa thích tùy theo hai loại hàng hóa. Trong ví dụ này, xã hội di chuyển từ điểm A sang điểm G với nhiều máy tính hơn (2.300 thay vì 2.000) và nhiều xe hơi hơn (650 thay vì 600).

Đường giới hạn khả năng sản xuất đơn giản hóa một nền kinh tế phức tạp để đưa ra những ý tưởng tuy cơ bản nhưng rất quan trọng: sự khan hiếm, tính hiệu quả, sự đánh đổi, chi phí cơ hội và tăng trưởng kinh tế. Khi chúng ta nghiên cứu về kinh tế học, những ý tưởng này sẽ lặp lại ở nhiều dạng khác nhau. Đường giới hạn khả năng sản xuất cho chúng ta một cách nhìn đơn giản về chúng.

Kinh tế học vi mô và kinh tế học vĩ mô

Nhiều chủ thể được nghiên cứu ở những cấp độ khác nhau. Ví dụ như trong sinh học, nhà sinh vật học phân tử nghiên cứu thành phần hóa học tạo nên những cơ thể sống. Nhà sinh vật học tế bào nghiên cứu về tế bào vốn được hình thành từ nhiều thành phần hóa học và bản thân nó cũng đang góp phần xây dựng nên khối cơ thể sống. Các nhà sinh vật học tiến hóa nghiên cứu nhiều loài động vật và thực vật cũng như nghiên cứu xem các giống loài thay đổi dần dần qua hàng thế kỷ như thế nào.

Kinh tế học cũng được nghiên cứu theo các cấp độ khác nhau. Chúng ta có thể nghiên cứu quá trình ra quyết định của các hộ gia đình và doanh nghiệp. Hoặc chúng ta cũng có thể nghiên cứu về sự tương tác giữa hộ gia đình và doanh nghiệp trên những thị trường hàng hóa và dịch vụ cụ thể. Hoặc chúng ta có thể nghiên

cứu hoạt động của tổng thể nền kinh tế bằng cách tổng hợp tất cả các hoạt động của những người ra quyết định ở những thị trường này.

Theo truyền thống, lĩnh vực kinh tế học được ra chia làm hai nhánh lớn. **Kinh tế học vi mô**[1] nghiên cứu các hộ gia đình và doanh nghiệp ra quyết định như thế nào và tương tác với nhau ra sao trên các thị trường cụ thể. **Kinh tế học vĩ mô**[2] nghiên cứu các hiện tượng trong tổng thể nền kinh tế. Nhà kinh tế vi mô nghiên cứu tác động của việc kiểm soát giá thuê nhà ở thành phố New York, tác động của cạnh tranh nước ngoài lên nền công nghiệp xe hơi của Hoa Kỳ, tác động của giáo dục bắt buộc lên tiền lương của công nhân. Nhà kinh tế vĩ mô có thể nghiên cứu tác động của việc vay mượn của chính phủ liên bang, sự thay đổi qua thời gian của tỷ lệ thất nghiệp trong nền kinh tế, hay các chính sách nâng cao chất lượng cuộc sống của một quốc gia.

Kinh tế học vi mô và kinh tế học vĩ mô có mối quan hệ đan xen mật thiết với nhau. Bởi vì những thay đổi trong nền kinh tế tổng thể phát sinh từ các quyết định của hàng triệu cá nhân, chúng ta không thể nắm bắt được quá trình phát triển kinh tế vĩ mô mà không quan tâm gì đến những quyết định kinh tế vi mô có liên quan. Ví dụ, nhà kinh tế vĩ mô có thể nghiên cứu tác động của việc cắt giảm thuế thu nhập liên bang đến việc sản xuất hàng hóa và dịch vụ. Nhưng để phân tích vấn đề này, họ phải nghiên cứu xem cắt giảm thuế ảnh hưởng như thế nào đến việc chi tiêu cho các hàng hóa và dịch vụ của các hộ gia đình..

Mặc cho kinh tế học vi mô và kinh tế học vĩ mô vốn có liên hệ với nhau, cả hai lĩnh vực này vẫn là riêng biệt. Bởi vì cả hai đặt ra những câu hỏi khác nhau, mỗi lĩnh vực có các khung mô hình riêng và thường được dạy trong những môn học riêng biệt.

KIỂM TRA NHANH: *Theo nghĩa nào thì kinh tế học giống như là một môn khoa học? Hãy vẽ đường giới hạn khả năng sản xuất của một xã hội sản xuất lương thực và quần áo. Chỉ ra một điểm hiệu quả, một điểm không hiệu quả và một điểm bất khả thi. Hãy chỉ ra tác động của hạn hán. Định nghĩa kinh tế học vi mô và kinh tế học vĩ mô.*

NHÀ KINH TẾ HỌC NHƯ LÀ NHÀ TƯ VẤN CHÍNH SÁCH

Thông thường, các nhà kinh tế học được yêu cầu giải thích những nguyên nhân của các sự kiện kinh tế. Ví dụ, tại sao tỷ lệ thất nghiệp của lao động ở độ tuổi thanh thiếu niên thường cao hơn so với ở độ tuổi lớn hơn? Đôi khi các nhà kinh tế được đề nghị đưa ra các gợi ý chính sách để cải thiện tình hình kinh tế. Ví dụ, chính phủ nên làm gì để gia tăng phúc lợi của thanh thiếu niên? Khi các nhà kinh

1. **Kinh tế học vi mô** môn học nghiên cứu quá trình ra quyết định của các hộ gia đình và doanh nghiệp, và tương tác của họ trên các thị trường.
2. **Kinh tế học vĩ mô** môn học nghiên cứu những hiện tượng tổng quát của nền kinh tế, bao gồm lạm phát, thất nghiệp và tăng trưởng kinh tế.

BẠN CÓ BIẾT ***Ai học kinh tế học***

Là một sinh viên, có thể bạn đã từng tự hỏi mình rằng: mình nên học bao nhiêu lớp về kinh tế học? Những thứ này sẽ có ích gì sau này trong đời hay không? Kinh tế học có vẻ trừu tượng nhưng cơ bản thì nó rất thực tế, và nghiên cứu kinh tế học khá là hữu ích cho nhiều con đường sự nghiệp khác nhau. Sau đây là một danh sách nho nhỏ những người nổi tiếng từng học kinh tế học thời sinh viên.

George H. W. Bush	Cựu tổng thống Hoa Kỳ
Donald Trump	Ông trùm kinh doanh và truyền thông
Meg Whitman	Cựu giám đốc điều hành của eBay
Danny Glover	Diễn viên
Barbara Boxer	Thượng nghị sĩ Mỹ
John Elway	Cựu tiền vệ giải bóng đá nhà nghề Mỹ (NFL)
Kofi Annan	Cựu Tổng thư ký Liên hiệp quốc
Ted Turner	Sáng lập CNN
Lionel Richie	Ca sĩ
Diane von Furstenberg	Nhà thiết kế thời trang
Michael Kinsley	Phóng viên
Ben Stein	Người chuẩn bị các bài phát biểu chính trị, nhà báo, diễn viên
Cate Blanchett	Diễn viên
Anthony Zinni	Tướng (nghỉ hưu), Hải quân Hoa Kỳ
Steve Ballmer	Giám đốc điều hành Microsoft
Arnold Schwarzenegger	Thống đốc bang California, Hoa Kỳ
Sandra Day-O'Connor	Cựu chánh án tòa án tối cao Hoa Kỳ
Scott Adams	Người vẽ tranh biếm họa cho Dilbert
Mick Jagger	Ca sĩ nhóm Rolling Stones

Việc từng theo học tại Trường Kinh tế London có thể không giúp Mick Jagger hát được những nốt nhạc cao nhưng có thể đã giúp trang bị cho ông những hiểu biết để đầu tư đúng cách những khoản tiền lớn mà ông ta kiếm được trong suốt sự nghiệp rock 'n' roll của mình.

tế cố gắng giải thích thế giới, họ là những nhà khoa học. Khi họ cố gắng cải thiện điều đó, họ là những người tư vấn chính sách.

Phân tích thực chứng và phân tích chuẩn tắc

Để giúp làm rõ hai vai trò của nhà kinh tế, hãy tìm hiểu cách họ sử dụng ngôn ngữ. Bởi vì nhà khoa học và người tư vấn chính sách có những mục đích khác nhau, họ sử dụng ngôn ngữ theo những cách khác nhau.

Ví dụ, giả sử có hai người đang thảo luận về những quy định trong mức lương tối thiểu. Chúng ta có thể được nghe hai dạng phát biểu như sau:

> POLLY: Quy định mức lương tối thiểu gây ra thất nghiệp.
> NORM: Chính phủ nên tăng mức lương tối thiểu.

Tạm bỏ qua việc bạn có đồng ý với những phát biểu trên hay không, chúng ta thấy Polly và Norm đang cố gắng làm những điều khác nhau. Polly nói chuyện như một nhà khoa học. Cô ấy đang đưa ra một nhận định xem thế giới vận hành như thế nào. Norm thì nói chuyện như là một người tư vấn chính sách: Anh ta đưa ra tuyên bố về cách anh ta muốn thay đổi thế giới.

Một cách tổng quan, các phát biểu về thế giới có hai dạng. Một dạng là thực chứng, như của Polly. **Phát biểu thực chứng**[1] mang tính mô tả. Họ giải thích thế giới. Dạng thứ hai là chuẩn tắc, như của Norm. **Phát biểu chuẩn tắc**[2] thì mang tính mệnh lệnh. Họ đưa ra phát biểu về những gì thế giới nên làm.

Sự khác biệt quan trọng giữa các phát biểu thực chứng và chuẩn tắc nằm ở chỗ chúng ta đánh giá độ tin cậy của chúng như thế nào. Về nguyên tắc, chúng ta có thể thừa nhận hoặc bác bỏ các phát biểu thực chứng bằng cách xem xét các bằng chứng. Một nhà kinh tế có thể đánh giá phát biểu của Polly bằng cách phân tích dữ liệu về sự thay đổi mức lương tối thiểu và thay đổi tỷ lệ thất nghiệp theo thời gian. Ngược lại, đánh giá các phát biểu chuẩn tắc liên quan đến giá trị cũng như cơ sở lập luận. Phát biểu của Norm không thể chỉ đánh giá qua số liệu. Xác định một chính sách tốt hay tồi không chỉ là vấn đề khoa học. Nó còn liên quan đến những quan điểm về dân tộc, tôn giáo và triết lý chính trị.

Các phát biểu thực chứng và chuẩn tắc về cơ bản là khác nhau nhưng thường được đan xen trong hệ thống niềm tin của một con người. Cụ thể là, các quan điểm thực chứng về việc thế giới vận hành ra sao có ảnh hưởng đến quan điểm chuẩn tắc về các chính sách đáng mong muốn. Nếu như phát biểu của Polly về việc tiền lương tối thiểu gây ra thất nghiệp là đúng thì điều này có thể phản bác kết luận của Norm về việc chính phủ nên tăng mức lương tối thiểu. Nhưng các kết luận chuẩn tắc không chỉ xuất phát từ các phân tích thực chứng mà còn liên quan đến các đánh giá về mặt giá trị.

Khi nghiên cứu về kinh tế học, lúc nào bạn cũng nên tách biệt giữa các phát biểu thực chứng và chuẩn tắc để tập trung vào nhiệm vụ mà mình đang làm. Vì kinh tế học cố gắng giải thích xem nền kinh tế vận hành như thế nào, nên hầu hết là thực chứng. Nhưng cũng có những người thường sử dụng kinh tế học cho mục đích chuẩn tắc: Họ muốn tìm hiểu xem làm thế nào để cải thiện nền kinh tế. Khi bạn nghe nhà kinh tế đưa ra phát biểu chuẩn tắc, bạn biết họ đang phát biểu không phải với tư cách nhà khoa học mà là người tư vấn chính sách.

Các nhà kinh tế ở Washington

Tổng thống Harry Truman có lần nói rằng ông muốn tìm một nhà kinh tế "một mặt" bởi vì mỗi khi ông hỏi ý kiến từ các nhà kinh tế thì họ luôn trả lời ông rằng "Một mặt thì..., mặt khác thì..."[3]

---

1. **Phát biểu thực chứng:** phát biểu mô tả thế giới.
2. **Phát biểu chuẩn tắc:** những phát biểu chỉ ra sự việc nên diễn ra như thế nào.
3. Nguyên văn là "On the one hand,... On the other hand,...". Chữ "hand" nghĩa đen là tay và Harry Truman muốn một nhà kinh tế học "một tay" (one-armed) – Người dịch.

Truman đã đúng khi nhận ra rằng những lời tư vấn của các nhà kinh tế không phải lúc nào cũng là một con đường thẳng tắp. Xu hướng này có nguồn gốc từ một trong *Mười Nguyên lý của Kinh tế học*: con người đối mặt với sự đánh đổi. Các nhà kinh tế biết rằng việc đánh đổi có liên quan đến hầu hết các quyết sách. Một chính sách muốn tăng tính hiệu quả thì phải chịu đánh đổi bằng sự bất bình đẳng. Một chính sách có thể giúp cho các thế hệ tương lai nhưng sẽ làm tổn thương thế hệ hiện tại. Nếu có nhà kinh tế học nào nói rằng quyết định một chính sách là rất dễ dàng thì đó không phải là người đáng tin cậy.

Truman không phải là tổng thống duy nhất dựa vào các ý kiến đóng góp của các nhà kinh tế. Từ năm 1946, tổng thống Hoa Kỳ đã nhận được những gợi ý từ Ủy ban cố vấn kinh tế với ba thành viên và một nhóm gồm vài chục nhà kinh tế. Ủy ban này có văn phòng chỉ cách Nhà Trắng vài bước chân và không có nhiệm vụ gì khác ngoài việc tư vấn cho tổng thống và viết *Báo cáo Kinh tế Thường niên của Tổng thống*, trong đó thảo luận về những phát triển kinh tế gần đây và trình bày phân tích của Ủy ban về các vấn đề chính sách hiện tại.

Tổng thống cũng nhận được các thông tin từ các nhà kinh tế từ nhiều bộ phận hành chính khác nhau. Các nhà kinh tế của Văn phòng Quản trị và Ngân sách giúp xây dựng kế hoạch chi tiêu và chính sách điều tiết. Các nhà kinh tế ở Bộ Ngân khố giúp xây dựng chính sách thuế. Các nhà kinh tế ở Bộ Lao động phân tích dữ liệu về nhân lực và những ai đang tìm việc để giúp xây dựng chính sách cho thị trường lao động. Các nhà kinh tế ở Bộ Tư pháp giúp thực thi luật chống độc quyền của quốc gia.

Các nhà kinh tế cũng làm việc ở ngoài những bộ phận hành chính của chính phủ. Để có được các đánh giá độc lập về các chính sách được đề xuất, Quốc hội dựa vào ý kiến của Văn phòng Ngân sách Quốc hội gồm những nhà kinh tế. Cục Dữ trữ Liên bang, tổ chức quyết định các chính sách về tiền tệ của quốc gia có hàng trăm nhà kinh tế đến làm việc để phân tích sự phát triển kinh tế ở Hoa Kỳ cũng như trên toàn thế giới.

Sự ảnh hưởng của các nhà kinh tế đến chính sách vượt qua khỏi vai trò của nhà tư vấn: các nghiên cứu và bài viết của họ thường tác động đến chính sách một cách gián tiếp. Nhà kinh tế học John Maynard Keynes đưa ra một quan sát như thế này:

> *"Tư tưởng của các nhà kinh tế và các triết gia, cả khi họ đúng lẫn lúc họ sai, đều có tác động mạnh hơn người ta tưởng. Thật vậy, thế giới bị thống trị bởi một số ít người khác. Những người có đầu óc thực tiễn, những người tự cho rằng họ không bị chi phối gì bởi những ảnh hưởng tri thức, lại thường là nô lệ của một nhà kinh tế đã quá cố nào đó. Những kẻ điên rồ nắm quyền lực trong tay tưởng như nghe thấy tiếng nói từ không trung, thật ra lại đang chắt lọc cuồng mộng của họ từ một cây bút tầm thường nào đó mấy năm về trước"*

Mặc dầu những lời này được viết vào năm 1935, nó vẫn còn đúng cho đến ngày nay. Và thật ra những "cây bút tầm thường" ngày nay đang có ảnh hưởng đến chính sách công thì thường lại chính là Keynes.

THEO DÒNG THỜI SỰ

Kinh tế học của Tổng thống Obama

Sau đây là mô tả của Larry Summers về chính sách của tổng thống, người đứng đầu nhóm cố vấn kinh tế cho Obama.

MỘT TẦM NHÌN CHO SỰ CẢI TIẾN, TĂNG TRƯỞNG VÀ VIỆC LÀM CHẤT LƯỢNG CAO

LAWRENCE H. SUMMERS

Hôm nay, Tổng thống Obama đã đưa ra tầm nhìn của ông cho sự đổi mới, phát triển và công việc chất lượng cao tại Trường Cao đẳng Cộng đồng Hudson Valley. Các kế hoạch của Tổng thống dựa trên nền tảng không phải chỉ bởi do truyền thống kinh doanh của Hoa Kỳ mà còn dựa trên truyền thống của những tư tưởng kinh tế mạnh mẽ.

Trong hai năm qua, các ý tưởng được đề xuất bởi John Maynard Keynes, trái với điều mà hầu hết mọi người lầm tưởng, lại có tầm ảnh hưởng quan trọng hơn cả ở những thế hệ trước. Giống như những quan sát đã làm nên danh tiếng của Keynes trong những lần hiếm hoi của các cuộc khủng hoảng sâu về tài chính và kinh tế, khi "bàn tay vô hình" của Adam Smith được nhắc đến trước đó đã tạm thời ngưng hoạt động thì nhu cầu cấp thiết là chính phủ phải đóng một vai trò tích cực trong việc khôi phục thị trường hoạt động mạnh khỏe trở lại.

Sự thông thái trong chính sách Keynes đã được xác nhận bởi tình hình hoạt động của nền kinh tế trong năm qua. Sau sự sụp đổ của Lehman Brothers vào tháng chín năm ngoái, chính phủ đã có những chính sách đi theo hướng hành động quyết liệt.

Kết quả của các chính sách này là, triển vọng hiện nay của chúng ta đã chuyển từ giải cứu sang phục hồi, từ lo lắng về viễn cảnh rất thực tế của sự suy thoái đến suy nghĩ về những gì mà chúng ta muốn mở rộng ra thêm.

Một khía cạnh quan trọng khác của bất kỳ sự phát triển kinh tế nào chính là vai trò của sự cải tiến như là động lực của tăng trưởng kinh tế. Về vấn đề này, nhà kinh tế học quan trọng nhất của thế kỷ 21 có thể không phải là Smith hay Keynes, mà là Joseph Schumpeter.

Một trong những đóng góp quan trọng nhất của Schumpeter là việc ông ta nhấn mạnh đến sức mạnh to lớn của sự đổi mới và sáng kiến kinh doanh để thúc đẩy tăng trưởng thông qua một quá trình ông ta mô tả rất hay được gọi là "sự hủy diệt đầy sáng tạo." Tác phẩm của ông không chỉ nắm bắt được một chân lý về kinh tế, mà còn là nguồn gốc cụ thể về sức mạnh và sự năng động của Hoa Kỳ.

Một trong những cách để theo dõi quỹ đạo lịch sử kinh tế là thông qua các công nghệ chủ chốt đã đem lại những kết quả vang dội. Trong thế kỷ 19, nó bao gồm tuyến đường sắt xuyên lục địa, điện tín, và động cơ hơi nước, hay nhiều cái khác nữa. Trong thế kỷ 20, những đổi mới mạnh mẽ nhất có thể kể đến là xe hơi, máy bay phản lực, và ở thế hệ gần đây nhất, đó là công nghệ thông tin.

Trong khi chúng ta chưa biết chính xác được lĩnh vực nào sẽ đem lại sự cải tiến lớn tiếp theo cho Hoa Kỳ, chúng ta cũng đã nhìn thấy một số lĩnh vực nổi bật, nơi mà các doanh nghiệp Hoa Kỳ đang giải phóng ra những nguồn năng lượng đầy sáng tạo và bùng nổ:

- Công nghệ thông tin, nơi còn nhiều tiềm năng to lớn để khai thác và ứng dụng trong nhiều năm tới;
- Ở ngành khoa học công nghệ ứng dụng trong cuộc sống, ngành có những nghiên cứu phát triển được thực hiện tại Viện Y tế quốc gia và tại các cơ sở nghiên cứu trên khắp đất nước, sẽ có những ảnh hưởng sâu sắc không chỉ đối với sức khỏe con người, mà còn cho môi trường, nông nghiệp, và một loạt các khu vực khác đòi hỏi phải có sự sáng tạo công nghệ; và
- Trong lĩnh vực năng lượng, sự kết hợp của những yêu cầu về môi trường và địa chính trị đã tạo ra bối cảnh cho một giai đoạn phát triển công nghệ năng lượng vô cùng hiệu quả.

Nhìn trên bề rộng của nền kinh tế Hoa Kỳ, triển vọng xuất hiện những cải tiến mang tính chuyển đổi là rất lớn. Nhưng để đảm bảo rằng tinh thần kinh doanh mà Schumpeter ghi nhận vào đầu thế kỷ 20 sẽ tiếp tục thúc đẩy nền kinh tế Hoa Kỳ trong thế kỷ 21 đòi hỏi phải có vai trò của chính phủ trong việc tạo ra một môi trường thuận lợi cho những phát triển đó.

Nguồn: The White House Blog, September 21, 2009. http://www.whitehouse.gov/blog/A-Vision-for-Innovation-Growth-and-Quality-Jobs/

Tại sao không phải lúc nào những ý kiến tư vấn của các nhà kinh tế cũng được lắng nghe

Bất cứ nhà kinh tế nào góp ý cho tổng thống hay những lãnh đạo đắc cử khác đều biết rằng ý kiến của họ không phải lúc nào cũng được lắng nghe. Lúc này tâm trạng thất vọng cũng là điều dễ hiểu. Quá trình mà các chính sách kinh tế thật sự được thông qua khác rất nhiều với quá trình các chính sách đưa ra trong điều kiện lý tưởng được giả định trong các giáo trình kinh tế.

Trong cuốn sách này, mỗi khi thảo luận về chính sách kinh tế, chúng ta thường tập trung vào câu hỏi: đâu là chính sách tốt nhất mà chính phủ nên theo đuổi? Chúng ta đóng giả như là chính sách được đưa ra bởi một vị vua tốt bụng. Một khi vua đưa ra chính sách đúng đắn, sẽ không có gì cản trở ông ta triển khai hành động.

Trong thực tế, đưa ra một chính sách đúng đắn chỉ là một phần công việc của lãnh đạo, thỉnh thoảng đó là phần dễ dàng nhất. Sau khi tổng thống nghe các ý kiến từ những nhà tư vấn kinh tế về việc lựa chọn đâu là chính sách tốt nhất từ các quan điểm của họ, ông ta chuyển sang hỏi các nhà tư vấn khác về các yếu tố có liên quan. Các nhà tư vấn về giao tiếp sẽ nói cho ông ta biết làm thế nào để giải thích một cách tốt nhất chính sách được đề xuất cho công chúng hiểu, và họ cũng sẽ cố gắng dự đoán bất cứ những hiểu lầm nào có thể làm cho vấn đề trở nên khó khăn hơn. Người tư vấn báo chí sẽ nói cho ông ta biết các phương tiện thông tin sẽ tường thuật lại đề xuất của ông như thế nào và những ý kiến nào có nhiều khả năng xuất hiện trên các trang xã luận quốc gia. Những nhà tư vấn lập pháp sẽ nói cho ông ta biết Quốc hội sẽ xem đề xuất của ông ta ra sao, những gì các thành viên Quốc hội sẽ đề nghị bổ sung, và khả năng quốc hội sẽ thông qua thành luật một vài phiên bản đề xuất của tổng thống. Cố vấn chính trị sẽ nói cho ông ta biết những nhóm nào sẽ tổ chức ủng hộ hay phản đối chính sách được đề xuất, đề xuất này sẽ ảnh hưởng đến vị thế của ông ta giữa các nhóm khác nhau ra sao trong đợt bầu cử, và nó có ảnh hưởng gì đến sự ủng hộ cho các sáng kiến chính sách khác của tổng thống hay không. Sau khi nghe và cân nhắc tất cả các lời khuyên, tổng thống sẽ quyết định xem nên tiến hành như thế nào.

Đưa ra chính sách kinh tế trong một nền dân chủ đại diện là một việc khá là lộn xộn – và tổng thống (và những chính trị gia khác) thường có những lý do chính đáng để không thúc đẩy các chính sách mà các nhà kinh tế ủng hộ. Các nhà kinh tế đưa ra những đầu vào quan trọng vào trong quá trình ra chính sách, nhưng lời tư vấn của họ chỉ là một phần trong một quá trình phức tạp.

KIỂM TRA NHANH: *Cho ví dụ về một phát biểu thực chứng và một ví dụ về phát biểu chuẩn tắc có liên quan đến đời sống hàng ngày của bạn. Nêu tên ba cơ quan chính phủ thường xuyên dựa trên những tư vấn từ các nhà kinh tế.*

TẠI SAO CÁC NHÀ KINH TẾ BẤT ĐỒNG Ý KIẾN

"Nếu gom tất cả các nhà kinh tế ngồi lại với nhau, họ sẽ không thể thống nhất về một điểm nào cả". Câu châm biếm này xuất phát từ George Bernard Shaw. Các nhà kinh tế khi được gom lại với nhau thành một nhóm thường bị chỉ trích là hay đưa ra những ý kiến tư vấn mâu thuẫn lẫn nhau cho các nhà hoạch định chính sách. Tổng thống Ronald Reagan có một lần nói đùa rằng, nếu trò chơi đố vui được thiết kế dành riêng cho các nhà kinh tế thì cứ mỗi 100 câu hỏi phải có 3.000 câu trả lời.

Tại sao các nhà kinh tế thường đưa ra những ý kiến tư vấn khác nhau cho các nhà hoạch định chính sách? Có hai lý do cơ bản sau đây:

- Các nhà kinh tế có thể bất đồng về độ tin cậy của các lý thuyết thực chứng khác nhau liên quan đến câu hỏi nền kinh tế vận hành như thế nào.
- Các nhà kinh tế có thể có những quan điểm về giá trị khác nhau và do đó có những quan điểm chuẩn tắc về việc thực thi chính sách cũng khác nhau.

Hãy cùng thảo luận từng lý do một.

Sự khác nhau về đánh giá khoa học

Nhiều thế kỷ trước, các nhà thiên văn học tranh cãi với nhau xem giữa trái đất với mặt trời, cái nào là trung tâm của hệ mặt trời. Thời gian gần đây, các nhà khí tượng học tranh luận xem có phải trái đất đang bị ấm dần lên toàn cầu hay không, và nếu có thì lý do từ đâu. Khoa học là quá trình tìm hiểu khám phá về thế giới quanh ta. Sự tìm kiếm cứ tiếp diễn, và chẳng có gì là ngạc nhiên khi các nhà khoa học có thể bất đồng trong việc xác định đâu là hướng đi đúng.

Các nhà kinh tế cũng thường bất đồng ý kiến với nhau vì lý do tương tự. Kinh tế học là một môn khoa học còn non trẻ và còn rất nhiều thứ để học hỏi và khám phá. Các nhà kinh tế đôi khi bất đồng ý kiến với nhau bởi vì họ có những cảm nhận khác nhau về độ tin cậy của các lý thuyết thay thế, hoặc về độ lớn của các tham số quan trọng được dùng để phản ánh sự tương quan giữa các biến số kinh tế

Ví dụ, các nhà kinh tế bất đồng về việc chính phủ nên đánh thuế lên thu nhập hay chi tiêu của hộ gia đình. Nhóm ủng hộ sự chuyển đổi từ thuế thu nhập sang thuế tiêu dùng tin rằng sự chuyển đổi này sẽ khuyến khích các hộ gia đình tiết kiệm nhiều hơn bởi vì khoản tiết kiệm được sẽ không bị đánh thuế. Khi đó, tiết kiệm nhiều hơn sẽ góp phần thúc đẩy tích lũy vốn, kéo theo sự tăng trưởng năng suất lao động và cải thiện chất lượng cuộc sống. Nhóm ủng hộ hệ thống thuế thu nhập hiện tại thì tin rằng tiết kiệm của các hộ gia đình sẽ không biến động nhiều do tác động từ việc thay đổi chính sách thuế. Cả hai nhóm các nhà kinh tế này có những quan điểm chuẩn tắc khác nhau về hệ thống thuế bởi vì họ có quan điểm thực chứng khác nhau về phản ứng của thu nhập đối với thuế.

Khác nhau về giá trị

Giả định rằng Peter và Paula cùng sử dụng một lượng nước như nhau được lấy từ giếng nước trong thị trấn. Cư dân sinh sống trong thị trấn phải trả tiền thuế để

có nguồn tài chính nhằm thực hiện việc bảo tồn giếng nước. Peter có thu nhập 100.000 đô la và bị đánh thuế 20.000 đô la, hay 20% thu nhập. Paula có thu nhập 20.000 đô la và bị đánh thuế 4.000 đô la, tức 20% thu nhập.

Chính sách này có công bằng hay không? Nếu không, ai trả nhiều hơn và ai trả ít hơn? Việc Paula có thu nhập thấp do bị khuyết tật hay do quyết định theo đuổi sự nghiệp diễn xuất có ảnh hưởng gì không? Nếu Peter có thu nhập cao là do thừa hưởng gia tài kếch xù hay do sự sẵn lòng làm thêm thời gian dù công việc hơi nhàm chán thì sao?

Đây là những câu hỏi khó trả lời với khả năng đồng thuận không cao. Nếu như thị trấn thuê hai chuyên gia nghiên cứu đánh thuế cư dân trong thị trấn để trả tiền sử dụng giếng nước, sẽ không có gì ngạc nhiên nếu như họ đưa ra những ý kiến trái ngược nhau.

Ví dụ đơn giản này cho chúng ta thấy tại sao các nhà kinh tế thỉnh thoảng bất đồng quan điểm trong các chính sách công. Như những gì chúng ta đã biết khi trao đổi về phân tích chuẩn tắc và thực chứng, chính sách không thể chỉ được đánh giá trên nền tảng khoa học không thôi. Thỉnh thoảng, các nhà kinh tế có những gợi ý tương phản nhau bởi vì họ có những giá trị khác nhau. Ngay cả khi khoa học kinh tế trở nên hoàn hảo, nó cũng không thể cho chúng ta biết rằng Peter hay Paula có đang phải trả quá nhiều hay không.

Nhận thức và thực tiễn

Bởi vì có sự khác nhau trong các đánh giá khoa học cũng như khác nhau về giá trị, một vài bất đồng giữa các nhà kinh tế là không thể tránh khỏi. Nhưng chúng ta không nên cường điệu số lượng các bất đồng. Các nhà kinh tế thống nhất ý kiến với nhau nhiều hơn là người ta tưởng.

Bảng 1 có 20 đề xuất chính sách kinh tế. Trong các cuộc khảo sát các chuyên gia kinh tế, những phát biểu này được đông đảo người trả lời xác nhận. Hầu hết các phát biểu này sẽ không thể có được sự đồng thuận tương tự trong công chúng.

Phát biểu đầu tiên là về việc kiểm soát tiền thuê nhà, một chính sách liên quan đến mức giá tối đa theo luật định mà người cho thuê nhà được phép thu. Hầu hết các nhà kinh tế tin rằng việc kiểm soát tiền thuê nhà sẽ ảnh hưởng xấu đến số lượng và chất lượng nhà cho thuê và cũng là cách tốn kém để giúp đỡ những người thật sự có nhu cầu về nhà ở. Tuy nhiên, nhiều chính quyền thành phố phớt lờ lời khuyên của các nhà kinh tế và áp đặt mức giá trần lên tiền thuê nhà.

Phát biểu thứ hai liên quan đến thuế quan và hạn ngạch nhập khẩu, hai chính sách hạn chế thương mại giữa các quốc gia. Vì nhiều lý do khác nhau mà chúng ta sẽ thảo luận kỹ lưỡng hơn ở phần sau trong cuốn sách này, các nhà kinh tế phản đối những rào cản đối với tự do thương mại. Tuy nhiên, trải qua nhiều năm, các tổng thống và Quốc hội đã lựa chọn hạn chế nhập khẩu một số loại hàng hóa.

Tại sao những chính sách như kiểm soát tiền thuê nhà và rào cản thương mại vẫn còn được áp dụng ngay cả khi các chuyên gia đã thống nhất các ý kiến

BẢNG 1. CÁC PHÁT BIỂU MÀ HẦU HẾT CÁC NHÀ KINH TẾ ĐỒNG Ý

Các phát biểu (và tỷ lệ các nhà kinh tế đồng tình)

1. Giá trần tiền thuê nhà sẽ làm giảm số lượng và chất lượng của nhà cho thuê. (93%)
2. Thuế quan và hạn ngạch nhập khẩu thường sẽ làm giảm phúc lợi kinh tế chung. (93%)
3. Tỷ giá hối đoái linh hoạt và thả nổi sẽ điều chỉnh thị trường tiền tệ quốc tế một cách hiệu quả. (90%)
4. Chính sách tài khóa (ví dụ như cắt giảm thuế, tăng chi tiêu chính phủ) có tác động kích thích đáng kể lên một nền kinh tế dưới mức toàn dụng.(90%)
5. Hoa Kỳ không nên hạn chế doanh nghiệp thuê lao động nước ngoài gia công. (90%)
6. Tăng trưởng kinh tế ở những quốc gia phát triển như Hoa Kỳ sẽ làm gia tăng phúc lợi. (88%)
7. Hoa Kỳ nên bỏ trợ cấp nông nghiệp. (85%)
8. Một chính sách tài khóa được xây dựng hợp lý có thể tăng mức tích lũy vốn trong dài hạn. (85%)
9. Chính quyền địa phương và bang nên bỏ trợ cấp cho các hoạt động nhượng quyền thể thao chuyên nghiệp. (85%)
10. Nếu như ngân sách liên bang được cân bằng, nó nên được tính toán theo chu kỳ kinh tế hơn là theo thường niên. (85%)
11. Chênh lệch thu chi của quỹ an sinh xã hội sẽ ngày càng lớn dần lên trong vòng 50 năm tới nếu như chính sách hiện tại không thay đổi. (85%)
12. Phúc lợi khi được nhận bằng tiền mặt cao hơn là các hình thức trợ cấp hiện vật khác có giá trị tương đương. (84%)
13. Một khoảng thâm hụt lớn ngân sách liên bang có tác dụng xấu đến nền kinh tế. (83%)
14. Tái phân phối thu nhập ở Hoa Kỳ là vai trò hợp pháp của chính phủ. (83%)
15. Nguyên nhân gây ra lạm phát chủ yếu là do tăng lượng cung tiền quá nhiều. (83%)
16. Hoa Kỳ không nên ngăn cấm thực phẩm biến đổi gen. (82%)
17. Mức lương tối thiểu làm tăng thất nghiệp đối với người lao động trẻ trình độ thấp. (79%)
18. Chính phủ nên tái cấu trúc hệ thống phúc lợi dọc theo hướng những người có thu nhập dưới một mức nào đó thì không phải đóng thuế thu nhập mà còn được nhận một khoản trợ cấp. (79%)
19. Thuế xả thải và giấy phép phát thải có thể chuyển nhượng là một cách kiểm soát ô nhiễm tốt hơn tiêu chuẩn xả thải. (78%)
20. Chính phủ Hoa Kỳ nên giảm hoặc bỏ trợ cấp cho các thức uống có cồn. (78%)

Nguồn: Richard M. Alston, J. R. Kearl, and Michael B. Vaughn, "Is There Consensus among Economists in the 1990s?" American Economic Review (May 1992): 203–209; Dan Fuller and Doris Geide-Stevenson, "Consensus among Economists Revisited," Journal of Economics Education (Fall 2003): 369–387; Robert Whaples, "Do Economists Agree on Anything? Yes!" Economists' Voice (November 2006): 1–6; Robert Whaples, "The Policy Views of American Economic Association Members: The Results of a New Survey, Econ Journal Watch (September 2009): 337–348.

đối lập với nhau? Có thể là do những rào cản không thể gỡ bỏ được trong tiến trình chính trị thực tế. Cũng có thể là do các nhà kinh tế chưa thể thuyết phục được đông đảo công chúng tin rằng những chính sách này là không đáng mong muốn. Một trong những mục tiêu của cuốn sách này là để giúp bạn hiểu rõ quan điểm của các nhà kinh tế về các chủ đề, và có thể là để thuyết phục bạn quan điểm nào là đúng.

KIỂM TRA NHANH: *Tại sao các nhà tư vấn kinh tế cho tổng thống bất đồng với nhau về các vấn đề liên quan đến chính sách?*

NÀO CÙNG ĐI TIẾP

Hai chương đầu tiên của cuốn sách này đã giới thiệu với các bạn những ý tưởng và phương pháp trong kinh tế học. Giờ đây chúng ta đã sẵn sàng để bước vào nội dung. Ở chương tiếp theo, chúng ta bắt đầu nghiên cứu chi tiết hơn các nguyên lý của hành vi và chính sách kinh tế.

Quá trình nghiền ngẫm cuốn sách này đòi hỏi bạn phải sử dụng nhiều kỹ năng tư duy. Ghi nhớ những lời khuyên sau đây từ nhà kinh tế vĩ đại John Maynard Keynes sẽ giúp cho các bạn rất nhiều.

> Nghiên cứu kinh tế học dường như không đòi hỏi phải có nhiều tài năng đặc biệt gì cho lắm. Nhưng nó không phải là một môn quá dễ so với triết học và khoa học tự nhiên. Một môn học dễ sẽ có rất ít người vượt trội. Nguyên nhân của nghịch lý ở đây có lẽ nằm ở chỗ một nhà kinh tế học bậc thầy phải có được một sự kết hợp hiếm có nhiều tài năng thiên bẩm. Ông phải là nhà toán học, nhà sử học, chính trị gia, và là nhà triết học trong một chừng mực nào đó. Ông phải hiểu được các ký hiệu và có thể diễn đạt chúng bằng lời. Ông phải có khả năng khái quát hóa những hiện tượng cụ thể và diễn giải một cách cụ thể những điều trừu tượng. Ông phải nghiên cứu hiện tại dựa vào những những tia sáng dẫn đường của quá khứ để phục vụ cho tương lai. Ông không bỏ sót bất kỳ yếu tố nào trong bản chất con người và quy tắc xã hội. Ông phải làm việc có mục đích và đồng thời vô vụ lợi, độc lập và không mệt mỏi như một nghệ sĩ, nhưng đôi khi lại gần với đời thường như một chính trị gia.

Đó là một đòi hỏi cao. Nhưng với quá trình rèn luyện thường xuyên, bạn sẽ dần dần quen với cách suy nghĩ như một nhà kinh tế.

TÓM TẮT

- Các nhà kinh tế cố gắng trình bày các chủ đề của họ với tất cả sự khách quan của một nhà khoa học. Giống như các nhà khoa học, họ đưa ra những giả định hợp lý và xây dựng những mô hình được đơn giản hóa để tìm hiểu về thế giới xung quanh. Hai mô hình kinh tế đơn giản là sơ đồ chu chuyển và đường giới hạn khả năng sản xuất.
- Lĩnh vực kinh tế học được chia ra thành hai lĩnh vực nhỏ hơn là kinh tế học vi mô và kinh tế học vĩ mô. Kinh tế học vi mô nghiên cứu quá trình ra quyết định của các hộ gia đình và doanh nghiệp, và sự tương tác của họ trên thị trường. Kinh tế học vĩ mô nghiên cứu các lực lượng và xu hướng tác động của chúng đến tổng thể nền kinh tế.
- Một phát biểu thực chứng là một sự khẳng định thế giới vận hành như thế nào. Một phát biểu chuẩn tắc là một sự khẳng định thế giới nên vận hành ra sao. Khi các nhà kinh tế đưa ra những phát biểu chuẩn tắc, họ đang đóng vai trò như là nhà tư vấn chính sách hơn là nhà khoa học.

- Các nhà kinh tế tham gia tư vấn các nhà hoạch định chính sách thường đưa ra những ý kiến tư vấn trái ngược nhau do những đánh giá khoa học khác nhau hoặc do những chuẩn mực giá trị khác nhau. Cũng có những lúc các nhà kinh tế thống nhất với nhau về các ý kiến tư vấn, nhưng các nhà hoạch định chính sách có thể phớt lờ chúng đi.

KHÁI NIỆM THEN CHỐT

Sơ đồ chu chuyển	circular-flow diagram
Đường giới hạn khả năng sản xuất	Production possibility frontier
Kinh tế học vi mô	Microeconomics
Kinh tế học vĩ mô	Macroeconomics
Phát biểu thực chứng	positive statement
Phát biểu chuẩn tắc	normative statement

CÂU HỎI ÔN TẬP

1. Tại sao kinh tế học là một môn khoa học?
2. Tại sao các nhà kinh tế lại dùng các giả định?
3. Một mô hình kinh tế có nên mô tả thực tiễn một cách chính xác hay không?
4. Kể tên một trường hợp mà gia đình bạn tương tác trên thị trường các yếu tố sản xuất và một trường hợp trên thị trường hàng hóa.
5. Nêu tên một tương tác kinh tế không có trong sơ đồ chu chuyển đơn giản.
6. Hãy vẽ và giải thích đường giới hạn khả năng sản xuất của một nền kinh tế sản xuất sữa và bánh ngọt. Điều gì xảy ra đối với đường giới hạn này nếu như xuất hiện bệnh dịch làm chết đi hết một nửa số bò của nền kinh tế?
7. Sử dụng đường giới hạn khả năng sản xuất để mô tả tính hiệu quả.
8. Liệt kê một số chủ đề của kinh tế học vĩ mô.
9. Sự khác nhau giữa phát biểu thực chứng và chuẩn tắc là gì? Cho mỗi loại một ví dụ.
10. Tại sao các nhà kinh tế thỉnh thoảng đưa ra những ý kiến tư vấn trái ngược nhau cho các nhà hoạch định chính sách?

BÀI TẬP VÀ ỨNG DỤNG

1. Vẽ sơ đồ chu chuyển. Chỉ ra các thành phần của mô hình tương ứng với dòng chu chuyển của hàng hóa và dịch vụ, và dòng tiền của các hoạt động sau đây:
   a. Selena trả cho người quản lý cửa hàng 1 đô la để mua ¼ gallon sữa.

b. Stuart kiếm được 4,50 đô la mỗi giờ làm việc ở cửa hàng thức ăn nhanh.

c. Shanna trả 30 đô la tiền cắt tóc.

d. Sally kiếm được 10.000 đô la từ 10% cổ phần của Acme Industrial.

2. Tưởng tượng có một xã hội sản xuất hai loại hàng hóa cho quân đội và cho tiêu dùng, gọi là "súng" và "bơ".

a. Vẽ đường giới hạn khả năng sản xuất đối với súng và bơ. Sử dụng khái niệm chi phí cơ hội, giải thích tại sao đường này có hình dạng cong ra phía ngoài.

b. Chỉ một điểm không khả thi cho nền kinh tế. Chỉ ra một điểm khả thi nhưng không hiệu quả.

c. Tưởng tượng là xã hội có hai đảng phái chính trị, gồm có Đảng Diều hâu (muốn phát triển mạnh về quân đội) và Đảng Bồ câu (muốn phát triển về quân đội ít thôi). Hãy chỉ ra một điểm trên đường giới hạn khả năng sản xuất mà Đảng Diều hâu có thể muốn chọn và một điểm mà Đảng Bồ câu có thể chọn.

d. Tưởng tượng rằng quốc gia hiếu chiến láng giềng giảm quân số quân đội xuống một nửa, kéo theo cả hai đảng Diều hâu và Bồ câu giảm số lượng súng mà họ muốn sản xuất xuống cùng một lượng. Đảng nào sẽ có được "phần thưởng hòa bình" (được đo bằng sự gia tăng trong sản xuất bơ) lớn hơn? Giải thích.

3. Nguyên lý thứ nhất trong kinh tế học như đã được thảo luận trong Chương 1 chỉ ra rằng con người đối mặt với sự đánh đổi. Sử dụng đường giới hạn khả năng sản xuất để biểu thị sự đánh đổi giữa hai hàng hóa: một môi trường trong lành và sản lượng công nghiệp. Theo bạn cái gì quyết định hình dạng và vị trí của đường giới hạn khả năng sản xuất? Hãy chỉ ra những thay đổi đối với đường giới hạn khả năng sản xuất nếu như các kỹ sư phát triển được một công nghệ mới sản xuất điện xả ít chất thải hơn?

4. Một nền kinh tế có ba công nhân: Larry, Moe và Curly. Mỗi người làm việc mười giờ mỗi ngày và có thể làm được một trong hai việc: cắt cỏ hoặc rửa xe. Trong một giờ, Larry có thể cắt được một bãi cỏ hoặc rửa được một chiếc xe; Moe có thể cắt được một bãi cỏ hoặc rửa được hai chiếc xe; và Curly có thể cắt được hai bãi cỏ hoặc rửa được một chiếc xe.

a. Tính toán xem trong mỗi trường hợp sau đây (gọi là A, B, C, và D) có bao nhiêu sản phẩm dịch vụ được sản xuất ra

- Cả ba công nhân cùng dành toàn bộ thời gian để cắt cỏ (A)
- Cả ba cùng dành toàn bộ thời gian để rửa xe (B)
- Cả ba cùng dành một nửa tổng số thời gian cho mỗi công việc (C)
- Larry dành một nửa số thời gian cho mỗi công việc, trong khi Moe chỉ rửa xe và Curly chỉ cắt cỏ (D)

b. Hãy vẽ đường giới hạn khả năng sản xuất cho nền kinh tế này. Sử dụng kết quả ở câu (a) chỉ ra những điểm A, B, C, D trên đồ thị.

c. Hãy giải thích tại sao đường giới hạn khả năng sản xuất có hình dạng như trên đồ thị ở câu (b)

d. Có điểm phân bổ nào ở câu (a) là không hiệu quả không? Hãy giải thích.

5. Phân loại những chủ đề sau đây theo kinh tế vi mô và kinh tế vĩ mô.
   a. Quyết định của Susan tiết kiệm bao nhiêu từ nguồn thu nhập.
   b. Tác động của việc giảm tiết kiệm quốc gia lên sự tăng trưởng của nền kinh tế.
   c. Tác động của việc tăng giá chip máy tính lên thị trường máy tính cá nhân.
   d. Tác động của việc tăng chi tiêu công lên tỷ lệ thất nghiệp.
   e. Quyết định giảm thuê mướn nhân công của hãng McDonald do sự gia tăng mức lương tối thiểu.
6. Những phát biểu sau đây là thực chứng hay chuẩn tắc? Giải thích.
   a. Sự gia tăng lạm phát tạm thời sẽ làm giảm thất nghiệp.
   b. Chính quyền nên tăng tỷ lệ lạm phát để giảm tỷ lệ thất nghiệp.
   c. Chính quyền nên tăng thuế để chi trả cho hệ thống chăm sóc sức khỏe toàn diện
   d. Tăng thuế thu nhập sẽ làm cho mọi người làm việc ít hơn.
   e. Giá xe mới là quá cao.
7. Nếu bạn là tổng thống, bạn sẽ quan tâm nhiều hơn đến ý kiến tư vấn theo quan điểm thực chứng hay chuẩn tắc? Tại sao?

Để biết thêm thông tin về chủ đề của chương này, hãy ghé thăm website của chúng tôi tại *www.cengage.com/international* để xem thêm bài tập, ứng dụng, ví dụ, các bài kiểm tra trực tuyến và các nội dung khác.

PHỤ LỤC: PHƯƠNG PHÁP VẼ ĐỒ THỊ

Có rất nhiều khái niệm trong kinh tế học có thể được diễn đạt với những con số, ví dụ như giá chuối, sản lượng chuối, chi phí trồng chuối, v.v.... Thông thường, những biến số kinh tế này có liên hệ với nhau: khi giá chuối tăng, người ta mua ít chuối đi. Một cách để diễn đạt mối quan hệ giữa các biến số này là dùng đồ thị.

Đồ thị có hai mục đích chính. Một là, khi xây dựng các lý thuyết kinh tế, đồ thị cho phép chúng ta diễn đạt các ý tưởng một cách trực quan hơn so với diễn đạt bằng phương trình hay bằng lời. Hai là, khi phân tích dữ liệu kinh tế, đồ thị là một cách tốt để tìm kiếm và diễn giải các mối quan hệ. Cho dù là làm việc lý thuyết hay dữ liệu, đồ thị cung cấp một thấu kính qua đó chúng ta xác định được một khu rừng với rất nhiều cây cối.

Thông tin dưới dạng số có thể được diễn đạt bằng đồ thị theo nhiều cách khác nhau, cũng giống như có nhiều cách diễn đạt một suy nghĩ thành lời. Một người viết tốt sẽ chọn cách lập luận rõ ràng, cách mô tả thú vị, hoặc một cảnh tượng sâu

sắc. Một nhà kinh tế giỏi chọn loại đồ thị phù hợp nhất cho mục đích mà anh ta đang nhắm tới.

Trong phần phụ lục này, chúng ta thảo luận cách thức các nhà kinh tế sử dụng đồ thị để tìm hiểu mối quan hệ toán học giữa các biến số. Chúng ta cũng sẽ thảo luận một số cạm bẫy có thể mắc phải khi sử dụng phương pháp đồ thị.

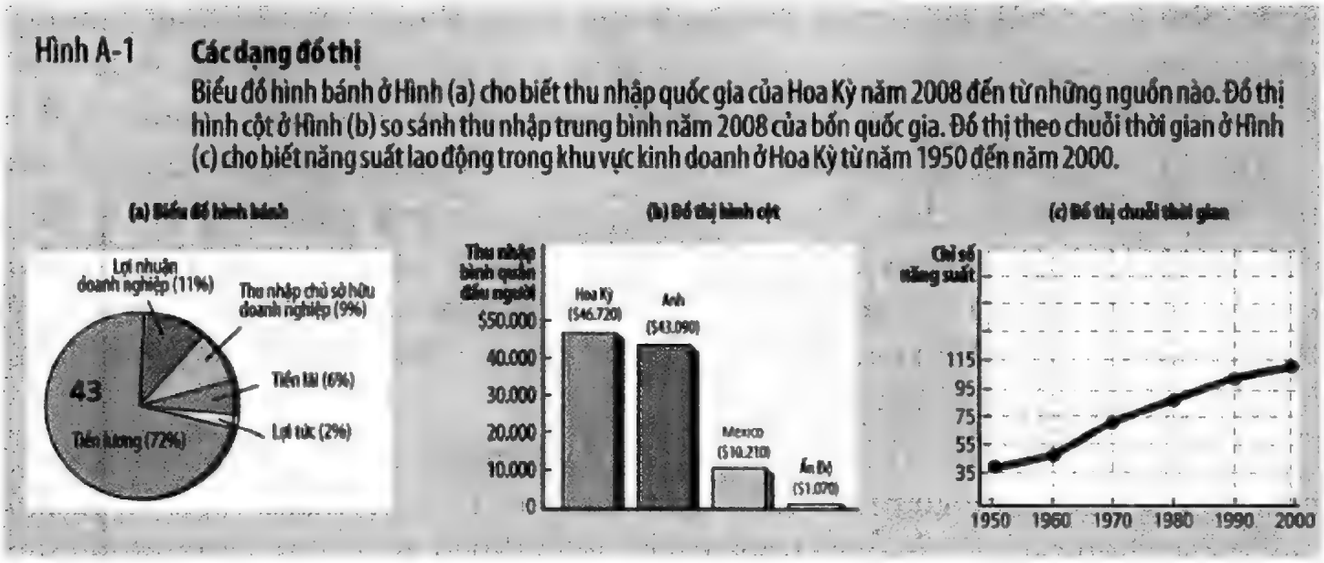
Đồ thị đơn biến

Hình A-1 trình bày ba dạng đồ thị phổ biến. Biểu đồ hình bánh ở Hình A-1a cho chúng ta biết tổng thu nhập ở Hoa Kỳ được phân bổ như thế nào, phân loại theo nguồn thu nhập bao gồm cả thù lao cho người lao động, lợi nhuận doanh nghiệp, v.v.... Một lát bánh đại diện cho tỷ trọng trong tổng thu nhập. Đồ thị *hình cột* ở Hình A-1b so sánh thu nhập của bốn quốc gia. Chiều cao của mỗi cột biểu thị cho thu nhập bình quân của mỗi nước. Đồ thị theo *chuỗi thời gian* ở Hình A-1c theo dõi sự gia tăng theo thời gian của năng suất lao động trong khu vực kinh doanh ở Hoa Kỳ. Độ cao của đường biểu diễn năng suất cho ta biết sản lượng bình quân mỗi giờ làm việc ở mỗi năm. Bạn có lẽ đã thấy những đồ thị tương tự trên báo hay tạp chí.

Đồ thị hai biến: Hệ tọa độ

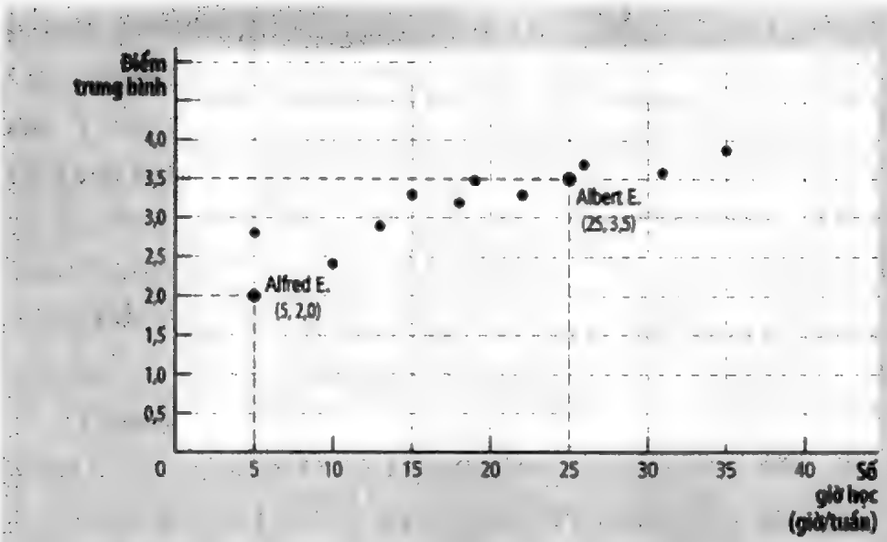
Ba đồ thị ở Hình A-1 rất hữu dụng khi thể hiện sự thay đổi của một biến nào đó theo thời gian hay theo các cá nhân, nhưng những gì nó cung cấp cũng rất hạn chế. Những đồ thị này chỉ hiển thị thông tin của một biến. Các nhà kinh tế thường quan tâm đến mối quan hệ giữa nhiều biến. Do đó, họ cần phải biểu diễn hai biến trên cùng một đồ thị. *Hệ tọa độ* có thể giúp làm việc này.

Giả định bạn muốn kiểm tra mối quan hệ thời gian học tập và điểm trung bình. Với mỗi sinh viên trong lớp, bạn có thể ghi chép lại cặp số liệu thông tin: số giờ học tập mỗi tuần và điểm trung bình. Những con số này có thể được đặt trong ngoặc đơn như là một *cặp số có thứ tự* và xuất hiện dưới dạng một điểm trên đồ thị. Ví dụ, Albert E. được biểu thị bằng cặp giá trị (25 giờ/tuần, 3,5 GPA) trong



Hình A-1 Các dạng đồ thị

Biểu đồ hình bánh ở Hình (a) cho biết thu nhập quốc gia của Hoa Kỳ năm 2008 đến từ những nguồn nào. Đồ thị hình cột ở Hình (b) so sánh thu nhập trung bình năm 2008 của bốn quốc gia. Đồ thị theo chuỗi thời gian ở Hình (c) cho biết năng suất lao động trong khu vực kinh doanh ở Hoa Kỳ từ năm 1950 đến năm 2000.



Hình A-2

Sử dụng hệ tọa độ

Điểm trung bình được đặt trên trục tung và thời gian học nằm trên trục hoành. Albert E., Alfred E., và các bạn học cùng lớp với họ được biểu diễn bằng nhiều điểm khác nhau. Chúng ta có thể thấy được từ đồ thị này là những sinh viên học nhiều hơn có xu hướng đạt điểm trung bình cao hơn.

khi người bạn cùng lớp Alfred E. "vô tư" thì được biểu thị bằng cặp giá trị (5 giờ/tuần, 2,0 GPA)

Chúng ta có thể vẽ những cặp giá trị này lên một cái khung có trục tọa độ. Con số đầu tiên trong mỗi cặp thứ tự được gọi là *hoành độ*, cho chúng ta biết vị trí theo chiều ngang của điểm đó. Con số thứ hai trong cặp giá trị là *tung độ* cho biết vị trí theo chiều dọc của điểm đó. Hai tọa độ trong cặp thứ tự cho chúng ta biết điểm này nằm ở đâu trong mối tương quan với tọa độ gốc: x đơn vị lệch về phía phải và y đơn vị lệch lên phía trên so với tọa độ gốc.

Hình A-2 biểu diễn đồ thị giữa điểm trung bình và thời gian dành cho học tập của Albert E., Alfred E. và những người bạn cùng lớp. Dạng đồ thị này được gọi là *biểu đồ phân tán* bởi vì nó đánh dấu các điểm rải rác. Nhìn vào đồ thị này, chúng ta ngay lập tức nhận ra những điểm lệch xa về phía phải (cho biết là thời gian học nhiều hơn) cũng có xu hướng nằm ở vị trí cao hơn (cho biết là điểm trung bình cao hơn). Bởi vì thời gian học và điểm trung bình thường di chuyển theo cùng một hướng, chúng ta nói rằng hai biến số này có *tương quan dương*. Ngược lại, nếu như chúng ta vẽ đồ thị cho hai biến số bao gồm tiệc tùng và điểm trung bình, thông thường chúng ta sẽ thấy rằng thời gian tiệc tùng càng nhiều thì điểm trung bình càng thấp; bởi vì hai biến số này di chuyển ngược chiều với nhau, chúng ta gọi đây là *tương quan âm*. Trong trường hợp nào đi chăng nữa, hệ tọa độ cũng giúp cho chúng ta dễ dàng nhìn thấy mối tương quan giữa hai biến số với nhau.

Các đường cong trong hệ tọa độ

Sinh viên học nhiều hơn thường có xu hướng đạt được điểm trung bình cao hơn, nhưng những yếu tố khác cũng có thể ảnh hưởng đến điểm số. Những điều kiện được chuẩn bị trước đó cũng là một nhân tố quan trọng, ví dụ như là tài năng, sự quan tâm của giáo viên, hay thậm chí là có một bữa ăn sáng đàng hoàng. Một biểu đồ phân tán như Hình A-2 không thể cô lập hiệu ứng từ những biến khác ra khỏi nỗ lực học tập mà chúng có tác động lên điểm số. Tuy nhiên, các nhà kinh tế thường thích quan sát xem biến này tác động lên biến kia như thế nào, trong khi giữ các yếu tố khác không đổi.

Để xem điều đó diễn ra như thế nào, hãy tìm hiểu một trong những đồ thị quan trọng nhất của kinh tế học: *đường cầu*. Đường cầu theo dõi tác động của giá cả một hàng hóa lên số lượng hàng hóa đó mà người tiêu dùng muốn mua. Tuy nhiên, trước khi đưa ra đường cầu, hãy xem Bảng A-1 trong đó cho thấy số lượng các tiểu thuyết mà Emma muốn mua phụ thuộc vào thu nhập của cô ấy cũng như giá của mỗi cuốn tiểu thuyết. Khi giá bán tiểu thuyết rẻ, Emma mua với số lượng lớn. Khi giá các cuốn tiểu thuyết này ngày càng trở nên đắt hơn, cô ấy chọn cách mượn sách từ thư viện hay đi xem phim hơn là đọc tiểu thuyết. Một cách tương tự, ở bất kỳ mức giá nào, nếu như thu nhập cô ấy cao hơn, cô ấy sẽ mua nhiều tiểu thuyết hơn. Đó là vì khi thu nhập của cô tăng lên, phần tăng thêm này sẽ được dùng một phần để mua tiểu thuyết và một phần để mua các hàng hóa khác.

Giờ đây chúng ta có ba biến – giá bán của tiểu thuyết, thu nhập và số cuốn tiểu thuyết muốn mua – nhiều hơn số biến có thể biểu diễn trên đồ thị hai chiều. Để đưa thông tin từ Bảng A-1 về dạng đồ thị, chúng ta cần giữ một trong ba biến này không đổi và theo dõi mối quan hệ giữa hai biến còn lại. Bởi vì đường cầu biểu diễn mối quan hệ giữa giá và lượng cầu, chúng ta giữ thu nhập của Emma không đổi và chỉ ra xem số cuốn tiểu thuyết cô ấy mua thay đổi như thế nào theo mức giá của nó.

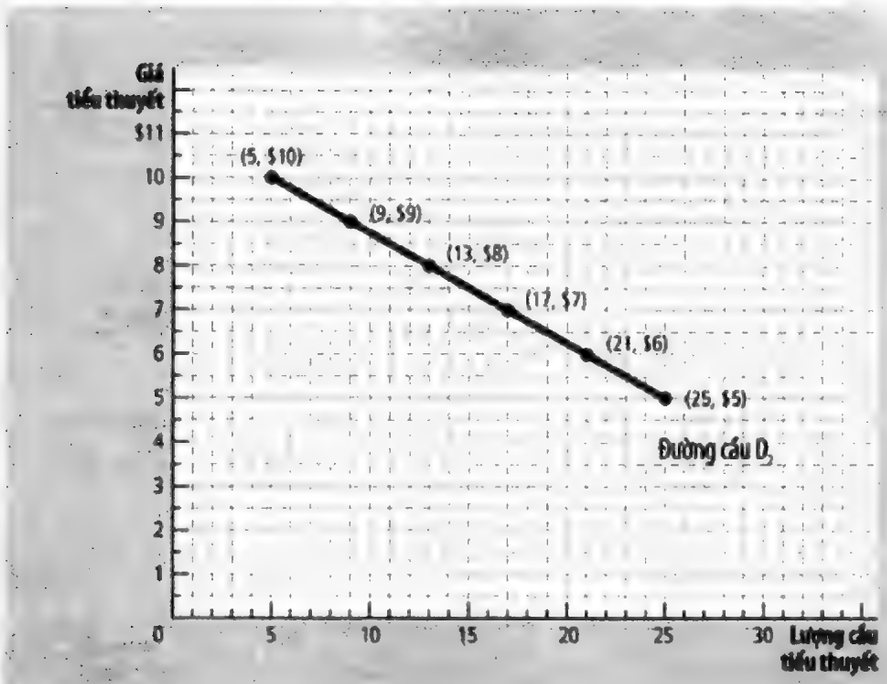
Giả định Emma có thu nhập là 30.000 đô la một năm. Nếu như chúng ta đặt số tiểu thuyết mà Emma sẽ mua lên trục hoành và giá của tiểu thuyết lên trục tung, chúng ta có thể biểu diễn bằng đồ thị cột chính giữa của Bảng A-1. Khi những điểm đại diện cho những thông tin từ trong bảng được nối lại với nhau, ví dụ như (5 tiểu thuyết, 10 đô la), (9 tiểu thuyết, 9 đô la) và v.v..., tạo thành một đường thẳng. Đường thẳng này, như trong Hình A-3, được biết đến như là đường cầu về tiểu thuyết của Emma; nó cho chúng ta biết được Emma sẽ mua bao nhiêu cuốn tiểu thuyết tại các mức giá cho trước. Đường cầu dốc xuống chỉ ra rằng ứng với một mức giá cao hơn thì lượng cầu tiểu thuyết giảm xuống. Bởi vì lượng cầu tiểu thuyết và giá di chuyển ngược chiều với nhau, chúng ta nói rằng hai biến số này có tương quan âm (ngược lại, khi hai biến số di chuyển cùng hướng, đường biểu diễn mối quan hệ giữa chúng là dốc lên, chúng ta nói rằng các biến có tương quan dương với nhau).

Bảng A-1

Số cuốn tiểu thuyết Emma mua

Bảng này cho biết số lượng tiểu thuyết Emma muốn mua tại các mức thu nhập và mức giá khác nhau. Tại bất cứ mức thu nhập nào, dữ liệu về giá và lượng cầu có thể được dùng để vẽ đồ thị đường cầu của Emma đối với tiểu thuyết như trong Hình A-3 và A-4.

Giá ($/quyển)	Thu nhập $20.000	Thu nhập $30.000	Thu nhập $40.000
$10	2 quyển	5 quyển	8 quyển
9	6	9	12
8	10	13	16
7	14	17	20
6	18	21	24
5	22	25	28
	Đường cầu D_3	Đường cầu D_1	Đường cầu D_2



Hình A-3

Đường cầu

Đường D1 cho biết Emma sẽ mua tiểu thuyết như thế nào dựa trên giá bán khi thu nhập được giữ không đổi. Bởi vì giá bán và lượng cầu là tương quan âm, đường cầu sẽ dốc xuống.

Bây giờ chúng ta giả định thu nhập của Emma tăng lên 40.000 đô la một năm. Tại bất kỳ mức giá nào, Emma cũng sẽ mua nhiều tiểu thuyết hơn so với mức thu nhập cũ. Giống như cách mà chúng ta đã vẽ đường cầu tiểu thuyết của Emma, sử dụng dữ liệu ở cột chính giữa của Bảng A-1, giờ đây chúng ta vẽ đường cầu mới sử dụng dữ liệu ở cột phía bên phải của bảng số liệu. Đường cầu mới này (đường D_2) có hình dạng giống như đường cầu cũ (đường D_1) như trong Hình A-4; đường cầu mới là một đường thẳng tương tự nằm xa hơn về phía bên phải. Do đó, chúng ta thấy đường cầu tiểu thuyết của Emma *dịch chuyển* sang phải khi thu nhập của cô ấy tăng lên. Tương tự, nếu như thu nhập của Emma giảm xuống còn 20.000 đô la một năm, cô ấy sẽ mua ít tiểu thuyết hơn tại bất cứ mức giá nào cho trước và đường cầu của cô ấy sẽ dịch chuyển sang trái (sang đường D_3).

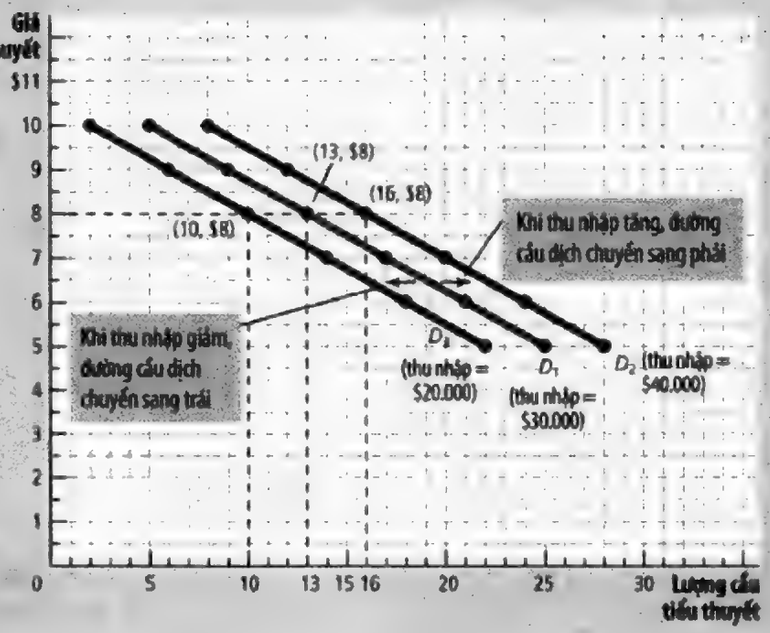
Trong kinh tế học, điều quan trọng là chúng ta phải phân biệt được *sự di chuyển dọc theo một đường* trên đồ thị với *sự dịch chuyển* của đường đó. Như chúng ta thấy ở Hình A-3, nếu như Emma kiếm được 30.000 đô la mỗi năm và giá tiểu thuyết là 8 đô la một quyển, cô ấy sẽ mua 13 quyển mỗi năm. Nếu như giá của tiểu thuyết giảm xuống còn 7 đô la, Emma sẽ tăng số quyển tiểu thuyết cô ấy mua lên 17 cuốn mỗi năm. Tuy nhiên, đường cầu vẫn đứng yên ở ví trị đó. Emma vẫn mua với số lượng tiểu thuyết như vậy tại *mỗi mức giá*. Nếu giá giảm, cô ấy sẽ di chuyển dọc theo đường cầu của mình từ bên trái sang bên phải. Tuy nhiên, nếu giá tiểu thuyết vẫn không đổi tại mức 8 đô la nhưng thu nhập tăng lên 40.000 đô la, Emma sẽ mua nhiều tiểu thuyết hơn, từ 13 lên 16 quyển mỗi năm. Bởi vì Emma mua nhiều quyển tiểu thuyết hơn tại mỗi mức giá, đường cầu của cô ấy dịch chuyển ra ngoài như trong Hình A-4.

Đây là một cách đơn giản cho chúng ta biết khi nào thì một đường trên đồ thị dịch chuyển. *Khi một biến không có tên trên bất kỳ trục nào của đồ thị thay đổi, thì đường đó dịch chuyển.* Thu nhập không có trên trục hoành hoặc trục tung của

Hình A-4

Dịch chuyển đường cầu

Vị trí đường cầu tiểu thuyết của Emma phụ thuộc vào thu nhập của cô ấy. Khi có thu nhập cao hơn, cô ấy sẽ mua nhiều tiểu thuyết hơn tại bất kỳ mức giá nào cho trước, và đường cầu sẽ nằm xa hơn về phía bên phải. Đường D_1 biểu thị đường cầu ban đầu của Emma khi thu nhập là 30.000 đô la mỗi năm. Nếu như thu nhập cô ấy tăng lên 40.000 đô la mỗi năm, đường cầu của cô ấy dịch chuyển sang D_2. Nếu như thu nhập của cô ấy giảm xuống còn 20.000 đô la mỗi năm, đường cầu của cô ấy dịch chuyển sang D_3.



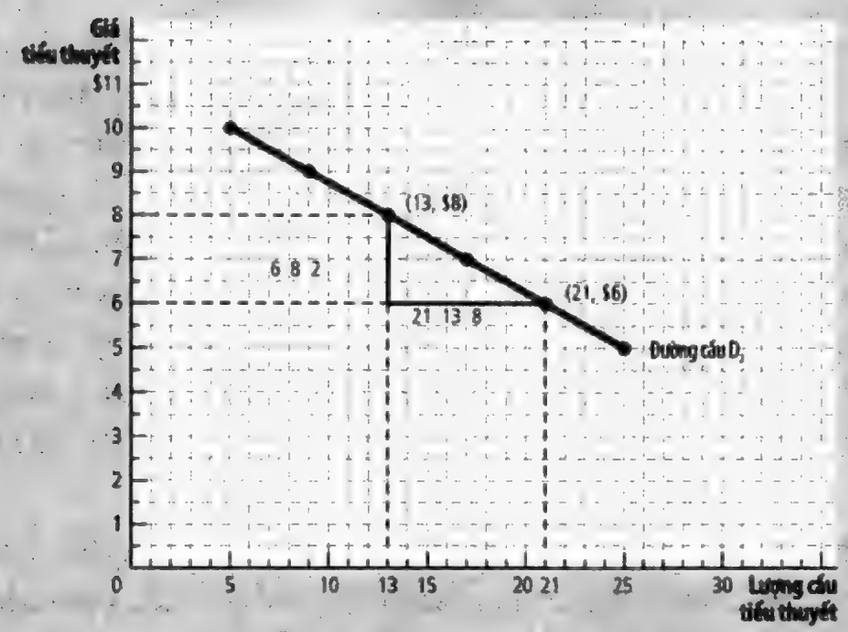
đồ thị, vì vậy, khi thu nhập của Emma thay đổi, đường cầu của cô ấy sẽ phải dịch chuyển. Điều này cũng đúng cho bất cứ sự thay đổi nào có tác động lên thói quen mua sắm của Emma ngoài sự thay đổi về giá của tiểu thuyết. Ví dụ, nếu như thư viện công cộng đóng cửa và Emma phải mua tất cả các cuốn sách cô ấy muốn đọc, cô ấy sẽ có nhu cầu về tiểu thuyết cao hơn tại mỗi mức giá, và như vậy, đường cầu của cô ấy sẽ dịch chuyển sang phải. Hoặc nếu như giá vé xem phim giảm xuống và Emma dành nhiều thời gian hơn để xem phim và bớt thời gian đọc sách lại, cô ấy sẽ có nhu cầu về tiểu thuyết ít hơn tại mỗi mức giá, và đường cầu của cô ấy sẽ dịch chuyển sang trái. Ngược lại, khi có một biến trên một trục nào đó của đồ thị thay đổi, đường đồ thị sẽ không dịch chuyển. Chúng ta sẽ thấy sự thay đổi này thể hiện bởi sự di chuyển dọc theo đường đồ thị đó.

Độ dốc

Một câu hỏi chúng ta muốn hỏi về Emma là thói quen mua sắm của cô ấy thay đổi theo giá nhiều như thế nào? Hãy nhìn vào đường cầu được vẽ trong Hình A-5. Nếu như đường cầu rất dốc, bất kể là giá cao hay thấp, số lượng tiểu thuyết Emma muốn mua hầu như không đổi. Nếu như đường này phẳng hơn, số tiểu thuyết mà Emma mua rất nhạy so với sự biến đổi về giá. Để trả lời cho câu hỏi là biến này thay đổi ít hay nhiều khi biến khác thay đổi, chúng ta sử dụng khái niệm *độ dốc*.

$$\text{Độ dốc} = \Delta y / \Delta x$$

Trong đó ký tự Δ (delta) đại diện cho sự thay đổi của một biến. Nói cách khác, độ dốc của một đường nào đó được tính bằng "sự thay đổi độ cao" (thay đổi của y) đem chia cho "sự thay đổi chiều ngang" (thay đổi của x). Độ dốc này sẽ là một số dương nho nhỏ đối với đường dốc lên nhưng tương đối bằng phẳng, và là một số dương lớn đối với một đường rất dốc hướng lên, và kết quả sẽ là một số âm đối với đường dốc xuống. Một đường nằm ngang có độ dốc bằng zero vì trong trường



Hình A-5

Tính độ dốc của một đường thẳng

Để tính độ dốc của một đường cầu, chúng ta có thể nhìn vào sự thay đổi tọa độ của x và y khi chúng ta di chuyển từ điểm (21 tiểu thuyết, 6 đô la) sang điểm (13 tiểu thuyết, 8 đô la). Độ dốc của đường thẳng là tỉ lệ của sự thay đổi trong tọa độ y (-2) so với sự thay đổi trong tọa độ x (+8), tính ra bằng -¼.

hợp này biến y không bao giờ thay đổi; một đường thẳng đứng được gọi là có độ dốc không xác định bởi vì biến y có thể nhận bất cứ giá trị nào mà không cần bất cứ sự thay đổi nào của biến x.

Độ dốc của đường cầu về tiểu thuyết của Emma là bao nhiêu? Trước tiên, bởi vì đường cầu dốc xuống, chúng ta biết rằng độ dốc âm. Để tính con số cụ thể cho độ dốc, chúng ta phải chọn hai điểm trên đường này. Khi thu nhập của Emma là 30.000 đô la, cô ấy sẽ mua 21 quyển tiểu thuyết với mức giá 6 đô la và 13 quyển với mức giá 8 đô la. Khi chúng ta áp dụng công thức về độ dốc, chúng ta quan tâm về sự thay đổi giữa hai điểm; hay nói cách khác, chúng ta quan tâm đến sự khác nhau giữa hai điểm đó, nó cho biết rằng chúng ta sẽ phải lấy một tập giá trị này trừ đi một tập giá trị khác như sau:

$$\text{Độ dốc} = \frac{\Delta y}{\Delta x} = \frac{\text{tọa độ y đầu tiên - tọa độ y thứ hai}}{\text{tọa độ x đầu tiên - tọa độ x thứ hai}} = \frac{6-8}{21-13} = \frac{-2}{8} = \frac{-1}{4}$$

Đồ thị Hình A-5 cho chúng ta hiểu cách áp dụng công thức này như thế nào. Thử tính độ dốc đường cầu của Emma bằng cách sử dụng hai điểm khác nhau. Chắc chắn là bạn sẽ có kết quả như nhau, bằng -¼. Một tính chất của đường thẳng là độ dốc không đổi tại mọi điểm. Điều này không đúng đối với các loại đường đồ thị khác với một số điểm sẽ dốc hơn những điểm khác.

Độ dốc của đường cầu của Emma cho chúng ta biết mức độ phản ứng của tiêu dùng đối với sự thay đổi về giá cả. Một độ dốc nhỏ (con số gần bằng zero) nghĩa là đường cầu của Emma tương đối bằng phẳng; trong trường hợp này, cô ấy điều chỉnh số lượng tiểu thuyết mua một cách đáng kể khi có một sự thay đổi về giá. Một hệ số lớn hơn (khác nhiều so với zero) nghĩa là đường cầu của Emma khá dốc; trong trường hợp này, cô ấy điều chỉnh số lượng tiểu thuyết cô ấy mua rất ít khi có sự thay đổi về giá.

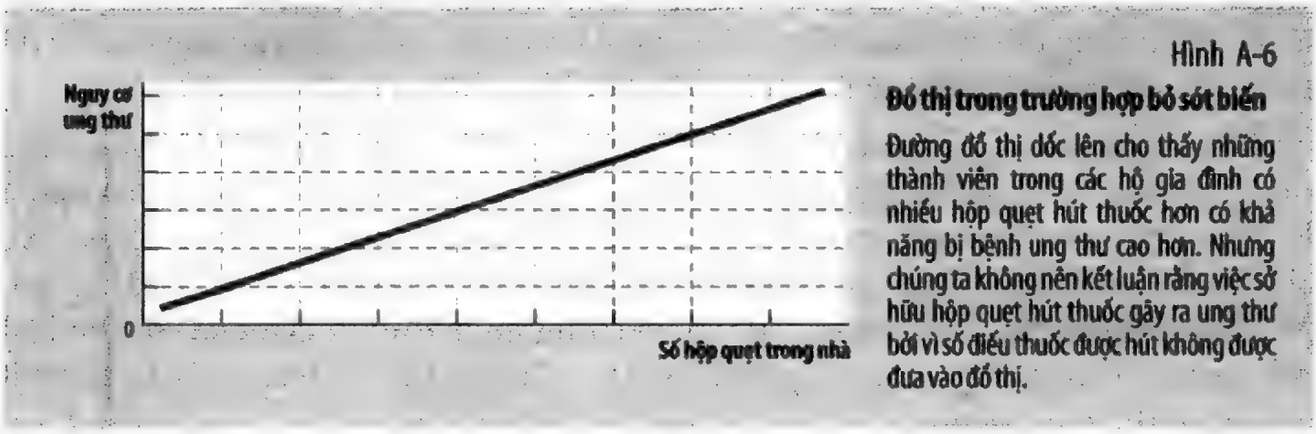
Nguyên nhân và kết quả

Các nhà kinh tế thường sử dụng đồ thị để đưa ra các lập luận xem nền kinh tế hoạt động như thế nào. Nói cách khác, họ sử dụng đồ thị để tranh luận xem làm cách nào một nhóm các sự kiện này trở thành nguyên nhân gây ra một nhóm các sự kiện khác. Với một đồ thị như đường cầu thì không có chút nghi ngờ gì về nguyên nhân và kết quả. Bởi vì chúng ta thay đổi mức giá và giữ nguyên các biến số khác không đổi, chúng ta biết rằng sự thay đổi về giá của tiểu thuyết sẽ là nguyên nhân gây ra sự thay đổi về lượng cầu của Emma. Tuy nhiên, hãy ghi nhớ rằng, đường cầu của chúng ta xuất phát từ một ví dụ mang tính giả thuyết. Khi sử dụng số liệu thực tế để vẽ đồ thị để chỉ ra biến này tác động lên biến kia như thế nào sẽ khó hơn rất nhiều.

Vấn đề đầu tiên là rất khó để giữ cho các yếu tố khác không đổi khi nghiên cứu về mối quan hệ giữa hai biến số. Nếu như chúng ta không thể giữ các biến khác không đổi, chúng ta có thể phải quyết định xem biến mà chúng ra đang vẽ trên đồ thị có đang gây ra sự thay đổi của biến kia không, khi thực tế có thể là những sự thay đổi đó là do một *biến thứ ba bị loại bỏ* không được đưa vào đồ thị. Thậm chí nếu như chúng ta nhận dạng được đúng hai biến số để quan sát, chúng ta vẫn có thể bị rơi vào vấn đề rắc rối thứ hai – *quan hệ nhân quả ngược*. Nói cách khác, chúng ta có thể kết luận rằng A gây ra B trong khi thực tế B gây ra A. Những cái bẫy do bỏ sót biến hay quan hệ nhân quả ngược đòi hỏi chúng ta phải cẩn thận khi đưa ra kết luận về nguyên nhân và kết quả.

Bỏ sót biến

Để thấy được việc bỏ sót biến làm cho một đồ thị bị sai lệch như thế nào, hãy cùng xem xét một ví dụ sau đây. Tưởng tượng rằng, khi bị công chúng thúc ép giải quyết vấn đề về một số lượng lớn ca tử vong do ung thư, chính phủ đã ủy thác cho Dịch vụ Thống kê Big Brother thực hiện một nghiên cứu đánh giá toàn diện. Big Brother tìm hiểu nhiều vật dụng được tìm thấy ở gia đình của những người được cho là có liên quan đến nguy cơ bị ung thư. Big Brother báo cáo rằng có một sự tương quan chặt chẽ giữa hai biến số: số hộp quẹt mà mỗi hộ gia đình sở hữu và xác suất một ai đó trong gia đình sẽ bị ung thư. Hình A-6 biểu thị cho ta thấy mối quan hệ này.



Hình A-6

Đồ thị trong trường hợp bỏ sót biến

Đường đồ thị dốc lên cho thấy những thành viên trong các hộ gia đình có nhiều hộp quẹt hút thuốc hơn có khả năng bị bệnh ung thư cao hơn. Nhưng chúng ta không nên kết luận rằng việc sở hữu hộp quẹt hút thuốc gây ra ung thư bởi vì số điếu thuốc được hút không được đưa vào đồ thị.

Chúng ta sẽ sử dụng kết quả này như thế nào? Big Brother nhanh chóng đưa ra kiến nghị về chính sách. Họ đề nghị chính phủ nên hạn chế việc sở hữu hộp quẹt bằng cách đánh thuế. Họ cũng đề xuất chính phủ yêu cầu phải ghi nhãn cảnh báo: "Big Brother đã phát hiện rằng hộp quẹt rất nguy hiểm đến sức khỏe của bạn"

Khi đánh giá về độ tin cậy trong phân tích của Big Brother, có một câu hỏi rất quan trọng: ngoại trừ biến đang tìm hiểu, Big Brother có giữ được các biến khác có liên quan sao cho không đổi hay không? Nếu câu trả lời là không, kết quả này rất đáng ngờ. Một giải thích đơn giản cho Hình A-6 là những người sở hữu nhiều hộp quẹt hơn thường là sẽ có nhiều khả năng hút thuốc hơn, và thuốc lá chứ không phải hộp quẹt là nguyên nhân gây ra ung thư. Nếu như Hình A-6 không giữ cho số lượng thuốc được hút không đổi, nó không cho chúng ta biết đúng tác động của việc sở hữu một chiếc hộp quẹt thuốc lá.

Câu chuyện này biểu thị một nguyên tắc quan trọng: khi chúng ta sử dụng đồ thị để ủng hộ một lập luận nào đó về nguyên nhân và kết quả, điều quan trọng là phải hỏi xem sự biến động của một biến nào đó bị bỏ sót có giải thích kết quả mà bạn nhìn thấy hay không?

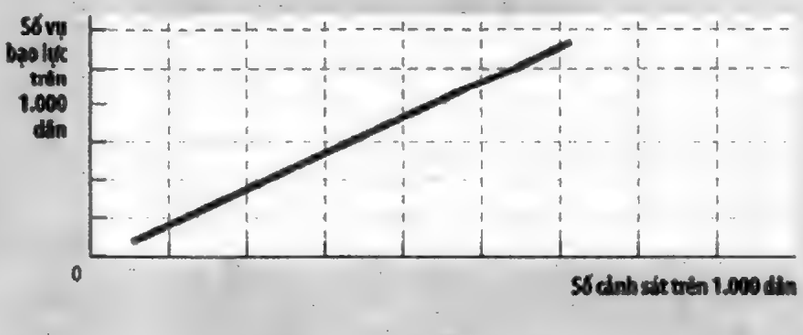
Quan hệ nhân quả ngược: Các nhà kinh tế có thể nhầm lẫn về nguyên nhân bởi vì nhìn sai hướng. Để thấy điều này có thể xảy ra như thế nào, giả sử Hiệp hội những người theo chủ trương vô chính phủ của Hoa Kỳ đã ủy thác tiến hành một nghiên cứu về tội phạm ở Hoa Kỳ và kết quả tìm thấy như ở Hình A-7 biểu diễn số vụ phạm tội bạo lực trên một nghìn dân ở những thành phố lớn theo số cảnh sát trên một nghìn dân. Những người theo chủ trương vô chính phủ chỉ ra rằng đường quan hệ này là dốc lên và lập luận rằng, bởi vì lực lượng cảnh sát làm tăng hơn là làm giảm số vụ bạo lực ở khu vực đô thị, bộ phận thực thi pháp luật nên được giải tán.

Nếu như chúng ta thực hiện một thí nghiệm có kiểm soát, chúng ta sẽ tránh đi những nguy cơ quan hệ nhân quả ngược. Để thực hiện một thí nghiệm, chúng ta phải phân bổ số lượng cảnh sát ở các thành phố khác nhau một cách ngẫu nhiên và sau đó kiểm tra tương quan giữa số cảnh sát và số vụ phạm tội. Tuy nhiên, Hình A-7 lại không dựa trên một thí nghiệm như vậy. Chúng ta chỉ đơn giản quan sát được rằng những thành phố nguy hiểm hơn thì có nhiều cảnh sát hơn. Một cách giải thích cho vấn đề này là những thành phố nguy hiểm hơn sẽ sử dụng nhiều cảnh sát hơn. Nói cách khác, thay vì cảnh sát là nguyên nhân gây ra tội phạm thì chính tội phạm là nguyên nhân tuyển dụng nhiều nhân viên cảnh sát

Hình A-7

Đồ thị cho thấy quan hệ nhân quả ngược

Đường dốc lên cho thấy những thành phố tập trung đông cảnh sát hơn thường là nguy hiểm hơn. Nhưng đồ thị không cho chúng ta biết là cảnh sát gây ra tội phạm hay những thành phố bị tội phạm quấy nhiễu sẽ tuyển dụng thêm cảnh sát.



hơn. Trong đồ thị này, bản thân nó không cho chúng ta thấy được chiều hướng của nguyên nhân và kết quả.

Có một cách dường như dễ hơn để xác định chiều hướng của nguyên nhân – kết quả là kiểm tra xem biến nào thay đổi trước. Nếu như chúng ta thấy tội phạm tăng và sau đó lực lượng cảnh sát tăng. Chúng ta đi đến một kết luận. Nếu chúng ta thấy lực lượng cảnh sát mở rộng và sau đó số trường hợp phạm tội tăng, chúng ta sẽ có kết luận khác. Nhưng cũng sẽ có một lỗ hổng trong cách tiếp cận này. Thông thường, người ta thay đổi hành vi của mình không phải do sự thay đổi trong điều kiện hiện tại mà do sự thay đổi trong kỳ vọng ở tương lai. Ví dụ, một thành phố nghĩ rằng sẽ có một làn sóng tội phạm lớn trong tương lai thì bây giờ họ có thể sẽ tuyển dụng thêm cảnh sát. Vấn đề này thậm chí còn dễ thấy hơn trong trường hợp trẻ sơ sinh và xe minivan. Các cặp vợ chồng thường mua một chiếc minivan khi dự tính sẽ sinh em bé. Xe xuất hiện trước em bé, nhưng chúng ta sẽ không kết luận rằng kinh doanh xe minivan dẫn đến tăng dân số!

Không có một bộ nguyên tắc hoàn chỉnh để nói rằng cách nào là đúng khi đưa ra một kết luận nhân quả từ đồ thị. Nhưng hãy ghi nhớ những ví dụ như là hộp quẹt không gây ra ung thư (bỏ sót biến) và minivan không làm cho gia đình đông người hơn (quan hệ nhân quả ngược) để giúp bạn tránh rơi vào những lập luận kinh tế sai lầm

3

SỰ PHỤ THUỘC LẪN NHAU VÀ LỢI ÍCH TỪ THƯƠNG MẠI

Hãy xem một ngày bình thường của bạn. Buổi sáng bạn thức dậy và tự rót một cốc nước cam được vắt từ những quả cam được trồng ở Florida và cốc cà phê từ những hạt cà phê được trồng ở Brazil. Trong lúc ăn sáng, bạn xem một chương trình tin tức phát đi từ New York trên chiếc tivi được sản xuất tại Trung Quốc. Bạn mặc bộ quần áo làm từ bông được trồng ở Georgia và may tại nhà máy ở Thái Lan. Bạn lái xe đến lớp bằng một chiếc xe hơi được lắp ráp từ các linh kiện được sản xuất bởi hơn một chục quốc gia trên thế giới. Sau đó, bạn mở giáo trình kinh tế học được viết bởi một tác giả sống tại Massachusetts, được một công ty đặt tại Ohio xuất bản và in trên giấy chế biến từ những cây trồng ở Oregon.

Hàng ngày, bạn cần rất nhiều người cung cấp cho bạn những hàng hóa và dịch vụ cần thiết, mà hầu hết họ là những người bạn chưa bao giờ gặp. Sự phụ thuộc lẫn nhau như vậy là do mọi người trao đổi mua bán với nhau. Người ta cung cấp hàng hóa và dịch vụ cho bạn không phải vì họ rộng lượng, cũng không phải là do chính phủ ra lệnh cho họ thỏa mãn mong muốn của bạn. Thực ra, người ta cung cấp hàng hóa và dịch vụ mà họ sản xuất cho bạn và cho những người tiêu dùng khác chỉ vì họ nhận lại được một thứ gì đó.

Trong các chương tiếp theo, chúng ta xem xét cách thức nền kinh tế phối hợp các hoạt động của hàng triệu người với sở thích và khả năng khác nhau như thế nào. Để khởi đầu cho phân tích này, ở đây chúng ta xem xét những lý do phụ thuộc lẫn nhau về kinh tế. Một trong *Mười Nguyên lý của Kinh tế học* nổi bật trong Chương 1 là thương mại có thể làm cho mọi người đều có lợi. Trong chương này, chúng ta xem xét nguyên lý này kỹ hơn. Khi giao dịch với nhau cụ thể là mọi người đạt được những lợi ích gì? Tại sao người ta lại chọn cách trở nên phụ thuộc lẫn nhau?

Câu trả lời cho những câu hỏi này là chìa khóa để hiểu nền kinh tế toàn cầu hiện đại. Ở hầu hết các nước hiện nay, nhiều hàng hóa và dịch vụ tiêu dùng được nhập khẩu từ nước ngoài, và nhiều hàng hóa và dịch vụ được sản xuất trong nước và xuất khẩu cho khách hàng nước ngoài. Phân tích trong chương này giải thích sự phụ thuộc lẫn nhau không chỉ giữa các cá nhân mà còn giữa các quốc gia. Như

chúng ta sẽ thấy, lợi ích từ thương mại là như nhau cho dù bạn đang hớt tóc từ người thợ cắt tóc gần nhà hoặc mua một chiếc áo thun do một công nhân ở cách bạn nửa vòng trái đất làm ra.

NGỤ NGÔN CỦA NỀN KINH TẾ HIỆN ĐẠI

Để hiểu tại sao mọi người lựa chọn cách phụ thuộc vào những người khác trong việc cung ứng và tiêu dùng hàng hóa và dịch vụ và sự lựa chọn này cải thiện cuộc sống của họ như thế nào, chúng ta hãy nhìn vào một nền kinh tế đơn giản. Thử tưởng tượng rằng có hai hàng hóa trên thế giới: thịt và khoai tây. Và có hai người trong một thế giới - một chủ trang trại chăn nuôi và một nông dân trồng khoai tây và cả hai đều thích ăn thịt và khoai tây.

Những lợi ích từ thương mại là rõ ràng nhất nếu các chủ trang trại chỉ có thể sản xuất thịt và người nông dân chỉ có thể sản xuất khoai tây. Trong bối cảnh này, chủ trang trại và người nông dân có thể lựa chọn cách để không phụ thuộc vào nhau. Nhưng sau vài tháng ăn toàn món thịt bò nướng, luộc, rán và thui, các chủ trang trại nhận ra tự cung tự cấp làm cuộc sống của họ kiệt quệ. Người nông dân, người đã phải liên tục ăn khoai tây nghiền, luộc, chiên, và nướng cũng hoàn toàn đồng ý với chủ trang trại. Chúng ta dễ dàng nhận ra sự trao đổi cho phép họ ăn uống đa dạng hơn: Mỗi người sau khi trao đổi có thể ăn thịt bò với khoai tây nướng, hoặc bánh mì thịt kẹp với khoai tây chiên.

Mặc dù kịch bản này minh họa một cách đơn giản nhất mọi người có thể hưởng lợi từ thương mại như thế nào, lợi ích tương tự có thể đạt được nếu chủ trang trại và người nông dân có khả năng tự sản xuất cả hai hàng hóa, dĩ nhiên là với chi phí rất lớn. Giả sử người nông dân trồng khoai tây có thể chăn nuôi gia súc và sản xuất thịt, nhưng ông ta không thành thạo công việc đó. Tương tự, giả sử rằng chủ trang trại có thể trồng khoai tây nhưng mảnh đất của cô ấy không thích hợp trồng khoai tây. Trong trường hợp này, người nông dân và chủ trang trại có thể hưởng lợi nhờ chuyên môn hóa vào những công việc mà họ làm tốt nhất và sau đó trao đổi với người khác.

Tuy nhiên, những lợi ích từ thương mại ít rõ ràng khi một người giỏi hơn người kia trong việc sản xuất cả hai hàng hóa. Ví dụ, giả sử chủ trang trại giỏi hơn trong cả hai công việc chăn nuôi gia súc và trồng khoai tây so với người nông dân. Trong trường hợp này, chủ trang trại có nên duy trì tự cung tự cấp? Hay là vẫn còn lý do gì đó để cô ấy trao đổi với người nông dân? Để trả lời câu hỏi này, chúng ta cần phải xem xét kỹ hơn các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định này.

Khả năng sản xuất

Giả sử rằng người nông dân và chủ trang trại mỗi người làm việc 8 giờ mỗi ngày và có thể dành hết thời gian này để trồng khoai tây, chăn nuôi gia súc, hoặc kết hợp cả hai công việc.

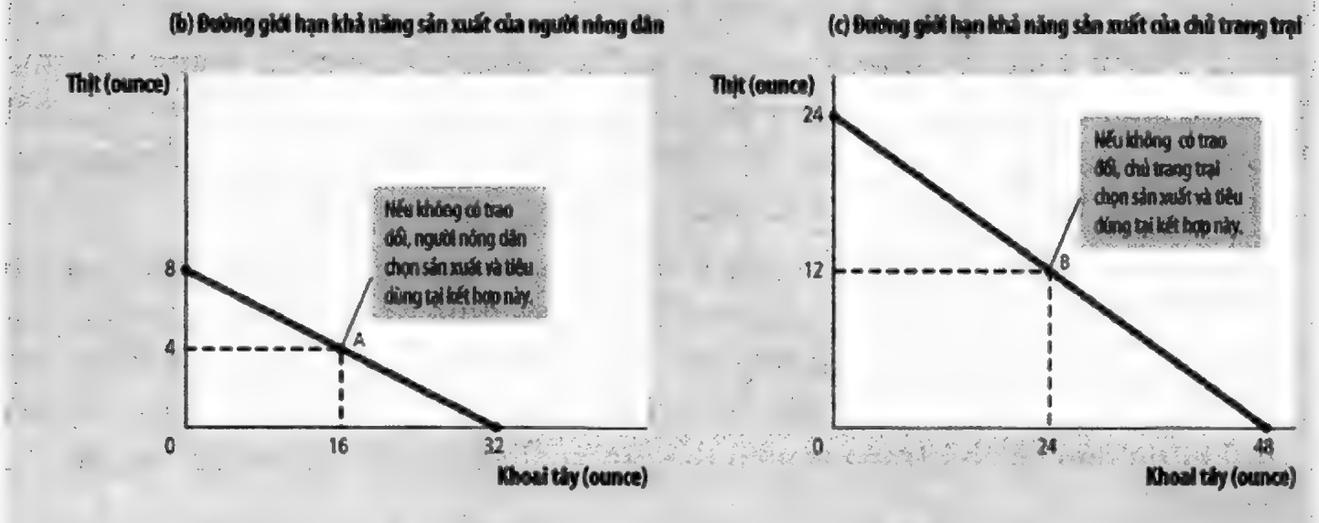
Hình 1(a) cho thấy lượng thời gian cần thiết của mỗi người để sản xuất một ounce khoai tây và thịt. Người nông dân có thể sản xuất một ounce khoai tây

Hình (a) trình bày khả năng sản xuất của người nông dân và chủ trang trại chăn nuôi
Hình (b) trình bày các cách kết hợp mức sản lượng thịt và khoai tây mà người nông dân có thể sản xuất
Hình (c) trình bày các cách kết hợp mức sản lượng thịt và khoai tây mà chủ trang trại có thể sản xuất
Cả hai đường giới hạn khả năng sản xuất được vẽ dựa trên giả định rằng người nông dân và chủ trang trại làm việc 8 giờ mỗi ngày. Nếu không có trao đổi, đường giới hạn khả năng sản xuất của mỗi người cũng chính là đường giới hạn khả năng tiêu dùng của họ.

Hình 1
Đường giới hạn khả năng sản xuất

(a) Khả năng sản xuất

	Số phút cần thiết để sản xuất 1 ounce		Sản xuất trong 8 giờ	
	Thịt	Khoai tây	Thịt	Khoai tây
Người nông dân	60	15	8	32
Chủ trang trại	20	10	24	48



trong 15 phút và một ounce thịt trong 60 phút. Chủ trang trại, người có năng suất cao hơn trong cả hai công việc, có thể sản xuất một ounce khoai tây trong 10 phút và một ounce thịt trong 20 phút. Hai cột cuối cùng trong bảng cho thấy số thịt hoặc khoai tây mà người nông dân và chủ trang trại có thể sản xuất nếu họ làm việc một ngày 8 giờ chỉ để sản xuất ra một hàng hóa.

Hình 1(b) minh họa các số liệu của thịt và khoai tây mà người nông dân có thể sản xuất. Nếu người nông dân dành tất cả 8 giờ của mình để trồng khoai tây, ông sản xuất được 32 ounce khoai tây (trên trục hoành) và không có thịt. Nếu ông ta dành tất cả thời gian của mình để sản xuất thịt, ông ta sản xuất 8 ounce thịt (trên trục tung) và không có khoai tây. Nếu người nông dân phân chia thời gian của mình bằng nhau cho hai hoạt động, dành 4 giờ cho việc sản xuất mỗi loại hàng hóa, ông ta sản xuất 16 ounce khoai tây và 4 ounce thịt. Đồ thị này chỉ ra ba kết quả có thể và tất cả những kết quả khác ở giữa ba kết quả này.

Đồ thị này là đường giới hạn khả năng sản xuất của người nông dân. Như chúng ta đã thảo luận ở Chương 2, đường giới hạn khả năng sản xuất chỉ ra những kết hợp sản lượng khác nhau mà một nền kinh tế có thể sản xuất. Nó minh họa một trong *Mười Nguyên lý của Kinh tế học* trong Chương 1: Mọi người phải đối diện với sự đánh đổi. Ở đây người nông dân phải đối diện với sự đánh đổi giữa sản xuất thịt và sản xuất khoai tây.

Bạn có thể nhớ lại đường giới hạn khả năng sản xuất được vẽ uốn cong ở Chương 2. Trong trường hợp đó, tỷ lệ mà xã hội có thể đánh đổi hàng hóa này cho hàng hóa khác phụ thuộc vào số lượng mỗi hàng hóa được sản xuất. Tuy nhiên, ở đây công nghệ mà người nông dân sử dụng để sản xuất thịt và khoai tây (được tóm tắt trong Hình 1) cho phép ông ta chuyển đổi giữa hai hàng hóa với một tỷ lệ không đổi. Bất cứ khi nào người nông dân giảm bớt 1 giờ cho sản xuất thịt và tăng thêm 1 giờ để sản xuất khoai tây, ông ta làm giảm 1 ounce thịt và tăng 4 ounce khoai tây – và điều này luôn đúng bất kể ông sản xuất bao nhiêu. Kết quả là đường giới hạn khả năng sản xuất là một đường thẳng.

Hình 1(c) cho thấy đường giới hạn khả năng sản xuất của chủ trang trại. Nếu chủ trại dành tất cả 8 giờ của mình để sản xuất khoai tây, cô ta sản xuất 48 ounce khoai tây và không có thịt. Nếu cô ấy dành tất cả thời gian của mình để sản xuất thịt, cô ấy sản xuất 24 ounce thịt và không có khoai tây. Nếu chủ trang trại chia đều thời gian của mình và dành 4 giờ cho mỗi hoạt động sản xuất, cô ta sản xuất 24 ounce khoai tây và 12 ounce thịt. Một lần nữa, đường giới hạn khả năng sản xuất cho thấy tất cả các kết quả có thể.

Nếu người nông dân và chủ trang trại lựa chọn tự cung tự cấp chứ không phải trao đổi với nhau, sau đó mỗi người tiêu dùng chính xác những gì mà họ sản xuất. Trong trường hợp này, đường giới hạn khả năng tiêu dùng cũng là đường giới hạn khả năng sản xuất. Hình 1 cho thấy các kết hợp của thịt và khoai tây mà người nông dân và chủ trang trại có thể sản xuất và sau đó tiêu dùng nếu không có trao đổi.

Đường giới hạn khả năng sản xuất rất hữu ích trong việc chỉ ra sự đánh đổi mà người nông dân và chủ trang trại phải đối mặt, nhưng chúng không cho chúng ta biết những gì người nông dân và chủ trang trại thực sự sẽ lựa chọn để sản xuất và tiêu dùng. Để xác định sự lựa chọn của họ, chúng ta cần phải biết sở thích của người nông dân và chủ trang trại. Giả sử họ chọn việc kết hợp được chỉ ra tại điểm A và B trong Hình 1: Người nông dân sản xuất và tiêu dùng 16 ounce khoai tây và 4 ounce thịt, trong khi chủ trang trại sản xuất và tiêu dùng 24 ounce khoai tây và 12 ounce thịt.

Chuyên môn hóa và thương mại

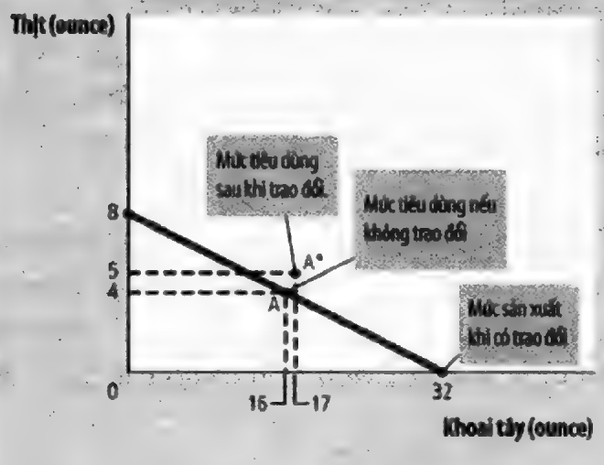
Sau nhiều năm tiêu dùng tại kết hợp B, chủ trang trại nảy ra một ý tưởng và đi đến nói chuyện với người nông dân:

CHỦ TRANG TRẠI: Này anh bạn nông dân của tôi, tôi có một phi vụ có hời cho anh! Tôi biết một cách cải thiện cuộc sống cho cả hai ta. Tôi nghĩ anh nên ngừng sản xuất thịt và dành toàn bộ thời gian của anh để trồng khoai tây. Theo tính toán của tôi, nếu anh dành 8 giờ một ngày để sản xuất khoai tây, anh sẽ sản xuất được 32 ounce khoai tây. Nếu anh mang cho tôi 15 trong số 32 ounce khoai tây mà anh sản xuất, tôi sẽ trả lại cho anh 5 ounce thịt. Cuối cùng, anh sẽ nhận được 17 ounce khoai tây và 5 ounce thịt mỗi ngày để ăn, thay vì bây giờ anh chỉ có 16 ounce khoai tây và 4 ounce thịt. Nếu anh chấp nhận kế hoạch của tôi, anh sẽ có cả hai

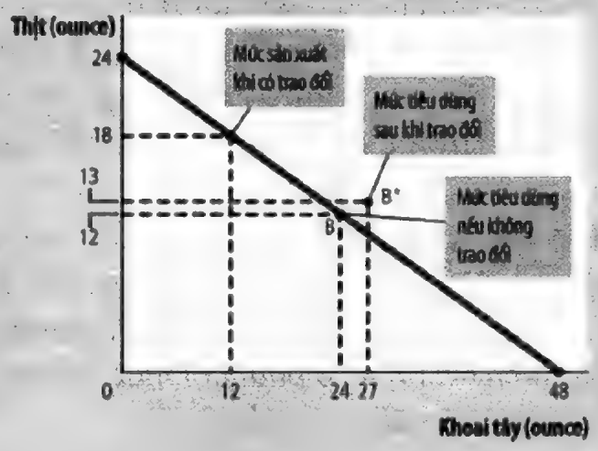
Giao dịch giữa chủ trang trại và nông dân đem lại cho họ một mức tiêu dùng cao hơn ở cả hai hàng hóa thịt và khoai tây, một mức tiêu dùng sẽ bất khả thi nếu không có trao đổi mua bán. Ở Hình (a), người nông dân sẽ có thể tiêu dùng A* thay vì A. Ở Hình (b), chủ trang trại có thể tiêu dùng B* thay vì B. Trao đổi cho phép cả hai tiêu dùng nhiều thịt và khoai tây hơn.

Hình 2
Tại sao trao đổi giúp mở rộng cơ hội tiêu dùng

(a) Mức sản xuất và tiêu dùng của người nông dân



(b) Mức sản xuất và tiêu dùng của chủ trang trại



(c) Lợi ích từ trao đổi

	Nông dân		Chủ trang trại	
	Thịt	Khoai tây	Thịt	Khoai tây
Không trao đổi				
Sản xuất và tiêu dùng	4	16	12	24
Có trao đổi				
Sản xuất	0	32	18	12
Trao đổi	nhận 5	cho 15	cho 5	nhận 15
Tiêu dùng	5	17	13	27
Lợi ích từ trao đổi				
Mức tiêu dùng tăng thêm	+1	+1	+1	+3

loại thực phẩm với số lượng nhiều hơn. [Để minh họa phi vụ này, chủ trang trại chỉ cho người nông dân Hình 2(a).]

NÔNG DÂN: (hơi hoài nghi) Có vẻ là một giao dịch tốt cho tôi. Nhưng tôi không hiểu tại sao chị lại đưa ra đề nghị này. Nếu giao dịch có lợi cho tôi đến vậy, nó không thể tốt cho chị.

CHỦ TRANG TRẠI: Ồ, nhưng tôi cũng có lợi! Giả sử tôi dành 6 giờ mỗi ngày để chăn nuôi gia súc và 2 giờ để trồng khoai tây. Khi đó tôi có thể sản xuất 18 ounce thịt và 12 ounce khoai tây. Sau khi tôi cung cấp cho anh 5 ounce thịt của tôi để đổi lấy 15 ounce khoai tây của anh, cuối cùng tôi sẽ có 13 ounce thịt và 27 ounce khoai tây, thay vì bây giờ tôi chỉ có 12 ounce thịt và 24 ounce khoai tây. Vì vậy, tôi cũng sẽ tiêu dùng nhiều hơn cả hai loại thực phẩm so với hiện nay. [Cô chỉ Hình 2(b).]

NÔNG DÂN: Tôi không biết… Nghe tốt đến mức khó tin.

CHỦ TRANG TRẠI: Nó thực sự không phức tạp như chúng ta tưởng. Tôi tóm tắt đề nghị của tôi cho anh trong một bảng đơn giản ở đây. [Chủ trang trại chỉ cho người nông dân bảng (c) của Hình 2.]

NÔNG DÂN: (sau khi nghiền ngẫm kỹ) Những tính toán này có vẻ đúng, nhưng tôi không hiểu. Làm thế nào giao dịch này có thể làm cho cả hai chúng ta tốt hơn?

CHỦ TRANG TRẠI: Cả hai chúng ta có thể có lợi ích từ trao đổi vì trao đổi cho phép mỗi người chúng ta chuyên tâm làm những gì chúng ta làm tốt nhất. Anh sẽ dành nhiều thời gian để trồng khoai tây và ít thời gian chăn nuôi gia súc. Tôi sẽ dành nhiều thời gian để chăn nuôi gia súc và ít thời gian trồng khoai tây. Kết quả của chuyên môn hóa và trao đổi là mỗi người chúng ta có thể tiêu dùng nhiều thịt và khoai tây hơn.

KIỂM TRA NHANH: *Vẽ đường giới hạn khả năng sản xuất giả định cho Robinson Crusoe, một thủy thủ bị đắm tàu, dành thời gian để hái dừa và đánh bắt cá. Đường giới hạn khả năng sản xuất này có hạn chế mức tiêu thụ dừa và cá của Crusoe không nếu anh sống một mình? Anh ta có phải đối mặt với các giới hạn như vậy nếu anh ta có thể giao dịch với người bản địa trên đảo ?*

LỢI THẾ SO SÁNH: ĐỘNG LỰC CỦA CHUYÊN MÔN HÓA

Cách lý giải của chủ trang trại về những lợi ích từ thương mại mặc dù đúng, nhưng vẫn còn một câu hỏi: Nếu chủ trang trại làm giỏi hơn cả việc trồng khoai tây lẫn chăn nuôi gia súc, vậy thì người nông dân nên chuyên môn hóa vào công việc nào? Người nông dân dường như không làm giỏi nhất bất cứ công việc nào. Để giải quyết vấn đề này, chúng ta cần phải nhìn vào nguyên tắc lợi thế so sánh.

Trước tiên để phát triển nguyên tắc này, hãy xem xét những câu hỏi dưới đây: Trong ví dụ của chúng ta, ai có thể sản xuất khoai tây với chi phí thấp hơn – người nông dân hay chủ trang trại? Có hai câu trả lời, và lời giải đáp cho câu hỏi của chúng ta và các chìa khóa để hiểu lợi ích từ thương mại nằm trong hai câu trả lời này.

Lợi thế tuyệt đối

Một cách để trả lời câu hỏi về chi phí sản xuất khoai tây là so sánh các yếu tố đầu vào mà hai nhà sản xuất cần để sản xuất. Các nhà kinh tế sử dụng thuật ngữ **lợi thế tuyệt đối**[1] khi so sánh năng suất của một người, công ty, hoặc quốc gia với năng suất của người, công ty, quốc gia khác. Nhà sản xuất cần ít nhập lượng hơn để sản xuất một hàng hóa được cho là có lợi thế tuyệt đối trong sản xuất hàng hóa đó.

Trong ví dụ của chúng ta, thời gian là đầu vào duy nhất, vì vậy chúng ta có thể xác định lợi thế tuyệt đối bằng cách tính mỗi loại sản xuất cần bao nhiêu thời gian. Chủ trang trại có lợi thế tuyệt đối cả trong sản xuất thịt và sản xuất khoai tây vì cô ta cần ít thời gian hơn so với người nông dân để sản xuất ra một đơn vị của

1. **Lợi thế tuyệt đối**: khả năng sản xuất một hàng hóa bằng cách sử dụng nhập lượng ít hơn so với các nhà sản xuất khác.

Bảng 1
Chi phí cơ hội của thịt và khoai tây

	Chi phí cơ hội của	
	1 ounce Thịt	1 ounce Khoai tây
Người nông dân	4 ounce Khoai tây	1/4 ounce thịt
Chủ trang trại	2 ounce Khoai tây	1/2 ounce thịt

mỗi loại hàng hóa. Chủ trang trại chỉ cần 20 phút để sản xuất ra một ounce thịt, trong khi người nông dân cần 60 phút. Tương tự như vậy, chủ trang trại chỉ cần 10 phút để sản xuất một ounce khoai tây, trong khi người nông dân cần 15 phút. Dựa trên thông tin này, chúng ta có thể kết luận rằng chủ trang trại có chi phí sản xuất khoai tây thấp hơn, nếu chúng ta đo lường chi phí bằng số lượng các đầu vào.

Chi phí cơ hội và lợi thế so sánh

Có một cách nữa để xem xét chi phí sản xuất khoai tây. Thay vì so sánh đầu vào cần thiết, chúng ta có thể so sánh chi phí cơ hội. Nhớ lại từ Chương 1, **chi phí cơ hội**[1] của một sản phẩm là những gì chúng ta từ bỏ để có được sản phẩm đó. Trong ví dụ này, chúng ta giả định rằng người nông dân và chủ trang trại dành 8 giờ một ngày để làm việc. Do vậy, để tăng thời gian dành cho sản xuất khoai tây sẽ làm giảm thời gian còn lại dành cho sản xuất thịt. Khi phân bổ lại thời gian giữa hai hàng hóa, chủ trang trại và người nông dân phải từ bỏ một số đơn vị của hàng hóa này để sản xuất một số đơn vị hàng hóa khác, vì vậy có sự di chuyển dọc theo đường giới hạn khả năng sản xuất. Chi phí cơ hội đo lường sự đánh đổi giữa hai hàng hóa mà mỗi nhà sản xuất phải đối mặt.

Trước hết hãy xem xét chi phí cơ hội của chủ trang trại. Theo Hình 1(a), sản xuất 1 ounce khoai tây mất 10 phút làm việc. Khi chủ trang trại dành 10 phút đó sản xuất khoai tây, ông ta mất 10 phút để sản xuất thịt. Bởi vì chủ trang trại cần 20 phút để sản xuất 1 ounce thịt, 10 phút làm việc sẽ sản xuất ½ ounce thịt. Do đó, chi phí cơ hội của chủ trại sản xuất 1 ounce khoai tây là ½ ounce thịt.

Bây giờ xem xét chi phí cơ hội của người nông dân. Sản xuất 1 ounce khoai tây mất 15 phút. Bởi vì ông ta cần 60 phút để sản xuất 1 ounce thịt, 15 phút làm việc sẽ sản xuất được ¼ ounce thịt. Do đó, đối với người nông dân chi phí cơ hội của 1 ounce khoai tây là ¼ cân thịt.

Bảng 1 cho thấy chi phí cơ hội của thịt và khoai tây của hai nhà sản xuất. Chú ý rằng chi phí cơ hội của thịt là nghịch đảo của chi phí cơ hội của khoai tây. Vì 1 ounce khoai tây đòi hỏi chủ trang trại từ bỏ ½ ounce thịt, nên 1 ounce thịt đòi hỏi chủ trang trại mất 2 ounce khoai tây. Tương tự như vậy, bởi vì 1 ounce khoai tây làm cho người nông dân mất ¼ ounce thịt, 1 ounce thịt người nông dân mất 4 ounce khoai tây.

1. **Chi phí cơ hội**: bất cứ thứ gì phải mất đi để nhận được thêm một cái gì đó.

Các nhà kinh tế sử dụng thuật ngữ **lợi thế so sánh**[1] khi mô tả chi phí cơ hội của hai nhà sản xuất. Một nhà sản xuất từ bỏ ít hàng hóa khác hơn để sản xuất hàng hóa X sẽ có chi phí cơ hội nhỏ hơn trong sản xuất hàng hóa X và được cho là có lợi thế so sánh trong việc sản xuất ra hàng hóa này. Trong ví dụ của chúng ta, người nông dân có chi phí cơ hội sản xuất khoai tây thấp hơn chủ trang trại: Để có 1 ounce khoai tây người nông dân chỉ mất ¼ ounce thịt, nhưng chủ trang trại phải mất đến ½ ounce thịt. Ngược lại, chủ trang trại có chi phí cơ hội sản xuất thịt thấp hơn so với người nông dân: Để có thêm 1 ounce thịt chủ trang trại mất 2 ounce khoai tây, nhưng người nông dân phải tốn 4 ounce khoai tây. Do đó, người nông dân có lợi thế so sánh trong sản xuất khoai tây, và chủ trang trại có lợi thế so sánh trong sản xuất thịt.

Mặc dù một người có thể có lợi thế tuyệt đối trong cả hai hàng hóa (như chủ trang trại trong ví dụ), nhưng một người không thể có lợi thế so sánh trong cả hai hàng hóa. Bởi vì chi phí cơ hội của một hàng hóa là nghịch đảo chi phí cơ hội của hàng hóa khác, nếu chi phí cơ hội của một người trong hàng hóa này là cao hơn một cách tương đối, thì chi phí cơ hội của hàng hóa khác phải thấp hơn tương đối. Lợi thế so sánh phản ánh chi phí cơ hội tương đối. Trừ khi hai người có chi phí cơ hội bằng nhau, một người sẽ có một lợi thế so sánh trong một hàng hóa, và người kia sẽ có một lợi thế so sánh trong hàng hóa còn lại.

Lợi thế so sánh và thương mại

Lợi ích của chuyên môn hóa và thương mại không phải dựa vào lợi thế tuyệt đối mà dựa vào lợi thế so sánh. Khi mỗi người chuyên môn hóa vào việc sản xuất hàng hóa mà họ có lợi thế so sánh, tổng sản lượng trong nền kinh tế tăng lên. Sự gia tăng kích thước của chiếc bánh kinh tế có thể làm cho tất cả mọi người có mức sống tốt hơn.

Trong ví dụ của chúng ta, người nông dân dành thời gian nhiều hơn để sản xuất khoai tây, và chủ trang trại dành nhiều thời gian để sản xuất thịt. Kết quả là, tổng sản lượng khoai tây tăng từ 40 lên 44 ounce, và tổng sản lượng thịt tăng từ 16 đến 18 ounce. Người nông dân và chủ trang trại chia sẻ những lợi ích của sự gia tăng sản lượng này.

Chúng ta cũng có thể nhìn vào những lợi ích từ thương mại dựa vào mức giá mà mỗi bên trả cho bên kia. Bởi vì người nông dân và chủ trang trại có chi phí cơ hội khác nhau, cả hai đều có thể thương lượng để có lợi. Điều đó có nghĩa là, mỗi một sự hưởng lợi từ thương mại có được bằng cách mua một hàng hóa ở mức giá thấp hơn chi phí cơ hội của ông ta hay cô ta trong việc sản xuất ra hàng hóa đó.

Xem xét các thỏa thuận được đề xuất từ quan điểm của người nông dân. Người nông dân nhận được 5 ounce thịt để đổi lấy 15 ounce khoai tây. Nói cách khác, người nông dân mua mỗi ounce thịt với mức giá là 3 ounce khoai tây. Giá thịt này thấp hơn so với chi phí cơ hội của 19 ounce thịt là 4 ounce khoai tây của người

1. **Lợi thế so sánh**: khả năng sản xuất hàng hóa với chi phí cơ hội thấp hơn so với những nhà sản xuất khác

nông dân. Như vậy, người nông dân có lợi từ thỏa thuận này bởi vì ông ta mua thịt ở mức giá rẻ. Bây giờ xem xét thỏa thuận từ quan điểm của chủ trang trại. Chủ trang trại mua 15 ounce khoai tây với mức giá 5 ounce thịt. Điều đó có nghĩa là, giá khoai tây là $^1/_3$ ounce thịt. Giá khoai tây này thấp hơn so với chi phí cơ hội của 1 ounce khoai tây, vốn là ½ ounce thịt đối với chủ trang trại. Chủ trang trại có lợi bởi vì cô ta mua khoai tây với mức giá rẻ.

Vấn đề đạo đức trong câu chuyện của người nông dân và chủ trang trại giờ đây đã rõ ràng: *Thương mại có thể mang lại lợi ích cho tất cả mọi người trong xã hội bởi vì nó cho phép mọi người chuyên môn hóa vào những hoạt động mà họ có lợi thế so sánh.*

Giá cả thương mại

Nguyên tắc lợi thế so sánh chứng minh là có lợi ích từ chuyên môn hóa và thương mại, nhưng nó lại mở ra một vài câu hỏi liên quan: Cái gì quyết định giá trong các cuộc trao đổi? Lợi ích từ thương mại được chia sẻ giữa các bên tham gia giao dịch như thế nào? Câu trả lời chính xác cho những câu hỏi trên nằm ngoài phạm vi của chương này, nhưng chúng ta có thể nêu một nguyên tắc chung: Để đạt được lợi ích từ trao đổi đối với cả hai bên, giá mà họ trao đổi phải nằm giữa hai mức chi phí cơ hội.

Trong ví dụ của chúng ta, người nông dân và chủ trang trại đồng ý trao đổi với mức 3 ounce khoai tây cho mỗi ounce thịt. Giá này nằm giữa chi phí cơ hội của chủ trang trại (2 ounce khoai tây mỗi ounce thịt) và chi phí cơ hội của người nông dân (4 ounce khoai tây mỗi ounce thịt). Giá cả không nhất thiết phải được định hình một cách chính xác ở giữa hai mức chi phí cơ hội của hai bên, nó có thể được xác định ở một điểm nào đó giữa 2 và 4.

Để xem lý do tại sao giá phải ở trong phạm vi này, hãy xem xét những gì sẽ xảy ra nếu nó nằm ngoài phạm vi này. Nếu giá thịt là dưới 2 ounce khoai tây, cả người nông dân và chủ trang trại muốn mua thịt, vì giá thấp hơn chi phí cơ hội của họ. Tương tự như vậy, nếu giá thịt vượt quá 4 ounce khoai tây, cả hai sẽ muốn bán thịt, bởi vì giá cao hơn chi phí cơ hội của họ. Nhưng nền kinh tế này chỉ có hai thành viên. Không thể có trường hợp cả hai người cùng mua thịt, cũng không thể cả hai đều cùng bán thịt. Mỗi hàng hóa cần có một người mua và một người bán.

Một sự trao đổi với cả hai bên cùng có lợi có thể xảy ra ở một mức giá nằm giữa 2 và 4. Ở mức giá này, chủ trang trại muốn bán thịt để mua khoai tây, và người nông dân muốn bán khoai tây để mua thịt. Mỗi bên có thể mua một hàng hóa ở một mức giá thấp hơn chi phí cơ hội của mình. Cuối cùng, cả hai chuyên môn hóa vào việc sản xuất hàng hóa mà họ có lợi thế so sánh và kết quả là họ cùng có lợi.

KIỂM TRA NHANH: *Robinson Crusoe có thể hái 10 trái dừa hoặc bắt 1 con cá mỗi giờ. Người bạn của anh ta, Friday, có thể hái 30 trái dừa hoặc bắt 2 con cá mỗi giờ. Chi phí cơ hội của việc bắt một con cá của Crusoe và Friday là bao nhiêu? Ai có lợi thế tuyệt đối trong việc bắt cá? Ai có lợi thế so sánh trong việc bắt cá?*

BẠN CÓ BIẾT *Di sản của Adam Smith và David Ricardo*

Từ lâu các nhà kinh tế học đã hiểu được lợi ích từ thương mại. Đây là cách nhà kinh tế vĩ đại Adam Smith đã lập luận:

> *Châm ngôn của mỗi người chủ khôn ngoan trong một gia đình là đừng bao giờ cố gắng tự làm những việc ở nhà mà chi phí bỏ ra cao hơn giá mua nó. Người thợ may không nên cố gắng tự đóng cho mình đôi giày, mà nên mua giày từ người thợ đóng giày. Người thợ đóng giày không nên cố gắng tự may cho mình bộ quần áo, mà nên mua quần áo từ người thợ may. Người nông dân đừng cố gắng làm cả hai thứ này, mà nên mua từ những người thợ khác. Tất cả họ sẽ có lợi khi dành toàn bộ sự cần mẫn của họ theo cách mà họ có lợi thế hơn những người láng giềng, và mua bằng một phần sản phẩm của mình, hoặc nói một cách khác, bằng cách trả giá một phần sản phẩm của sự cần mẫn của mình, bất cứ khi nào họ có cơ hội làm điều này.*

Đoạn văn trên đây, được trích ra từ quyển *Khảo cứu về Bản chất và Nguồn gốc Của cải của các Quốc gia của Smith* xuất bản vào năm 1776, là một bước ngoặt trong việc phân tích thương mại và sự phụ thuộc lẫn nhau về kinh tế.

Cuốn sách của Smith đã thôi thúc David Ricardo, một nhà môi giới chứng khoán giàu có, trở thành một nhà kinh tế học. Trong quyển *Kinh tế Chính trị và Thuế* xuất bản vào năm 1817, Ricardo phát triển nguyên tắc lợi thế so sánh như chúng ta biết ngày nay. Ông đưa ra một ví dụ với hai hàng hóa (rượu vang và vải) và hai quốc gia (Anh và Bồ Đào Nha). Ông chỉ ra rằng cả hai nước có thể có lợi bằng cách tự do thương mại và chuyên môn hóa dựa trên lợi thế so sánh.

Lý thuyết của Ricardo là điểm khởi đầu của kinh tế quốc tế hiện đại. Nhưng sự ủng hộ tự do thương mại của Ricardo không phải là lý thuyết suông. Ông đã gieo rắc niềm tin kinh tế của mình với tư cách là nghị sĩ trong Nghị viện Anh để chống lại Đạo luật Ngũ cốc, một đạo luật hạn chế nhập khẩu ngũ cốc của Anh.

Những kết luận của Adam Smith và David Ricardo về lợi ích từ thương mại đã được thử thách theo thời gian. Mặc dù các nhà kinh tế thường bất đồng về các vấn đề của chính sách, họ luôn thống nhất với nhau về việc ủng hộ tự do thương mại. Hơn nữa, các luận điểm trung tâm cho tự do thương mại đã không thay đổi nhiều trong hai thế kỷ qua. Mặc dù kinh tế học đã mở rộng phạm vi của mình và lý thuyết đã hoàn thiện hơn kể từ thời Smith và Ricardo, sự phản đối của các nhà kinh tế đối với hạn chế thương mại vẫn chủ yếu dựa trên nguyên tắc lợi thế so sánh.

NHỮNG ỨNG DỤNG CỦA LỢI THẾ SO SÁNH

Nguyên tắc lợi thế so sánh giải thích sự phụ thuộc lẫn nhau và lợi ích từ thương mại. Bởi vì phụ thuộc lẫn nhau là rất phổ biến trong thế giới hiện đại, nguyên tắc lợi thế so sánh có nhiều ứng dụng. Dưới đây là hai ví dụ, một ví dụ tưởng tượng và một ví dụ có tầm quan trọng thiết thực.

Tom Brady có nên tự cắt cỏ không?

Tom Brady dành rất nhiều thời gian chạy trên cỏ. Là một trong những cầu thủ bóng đá tài năng nhất mọi thời đại, anh có thể ném bóng với tốc độ và độ chính xác mà các vận động viên bình thường chỉ có thể mơ ước. Nhiều khả năng anh ta cũng có tài năng ở các hoạt động thể chất khác. Ví dụ, hãy tưởng tượng rằng Brady có thể cắt bãi cỏ của mình nhanh hơn bất cứ ai khác. Nhưng chỉ vì anh ta có thể cắt bãi cỏ của mình nhanh hơn, anh ta có nên làm công việc này không?

Để trả lời câu hỏi này, chúng ta có thể sử dụng khái niệm chi phí cơ hội và lợi thế so sánh. Giả sử Brady có thể cắt bãi cỏ của mình trong 2 giờ. Trong cùng thời gian 2 giờ đó, anh ta có thể quay một quảng cáo truyền hình và kiếm được 20.000 đô la. Ngược lại, Forrest Gump, cậu bé nhà bên cạnh có thể cắt bãi cỏ của Brady trong 4 giờ. Trong cùng 4 giờ đó, Gump có thể làm việc cho tiệm McDonald và kiếm được 40 đô la.

Trong ví dụ này, Brady có một lợi thế tuyệt đối trong việc cắt cỏ vì anh có thể làm việc này với thời gian ngắn hơn. Tuy nhiên, do chi phí cơ hội cắt cỏ của Brady là 20.000 đô la và chi phí cơ hội cắt cỏ của Gump chỉ có 40 đô la, Gump có lợi thế so sánh trong cắt cỏ.

Những lợi ích từ thương mại trong ví dụ này là rất lớn. Thay vì cắt cỏ của mình, Brady nên làm quảng cáo và thuê Gump cắt cỏ. Miễn là Brady trả Gump hơn 40 đô la và ít hơn 20.000 đô la, cả hai đều có lợi.

Hoa Kỳ nên trao đổi với các nước khác không?

Cũng giống như các cá nhân có thể hưởng lợi từ việc chuyên môn hóa và trao đổi với nhau như trong ví dụ người nông dân và chủ trang trại đã làm, người dân ở các nước khác nhau cũng có thể làm như vậy. Nhiều hàng hóa mà người Hoa Kỳ tiêu dùng được sản xuất ở nước ngoài, và nhiều hàng hóa sản xuất tại Hoa Kỳ được bán ra nước ngoài. Hàng hóa sản xuất ở nước ngoài và bán trong nước được gọi là **hàng nhập khẩu**[1]. Hàng hóa sản xuất trong nước và bán ra nước ngoài được gọi là **hàng xuất khẩu**[2].

Để xem các quốc gia có thể hưởng lợi từ thương mại như thế nào, giả sử có hai nước, Hoa Kỳ và Nhật Bản, và hai hàng hóa, thực phẩm và ô tô. Hãy tưởng tượng rằng hai quốc gia sản xuất ô tô tốt như nhau: công nhân Hoa Kỳ và công nhân Nhật Bản có thể sản xuất một chiếc xe mỗi tháng. Ngược lại, bởi vì Hoa Kỳ có đất nhiều hơn và tốt hơn, Hoa Kỳ sản xuất thực phẩm tốt hơn: Một công nhân Hoa Kỳ có thể sản xuất 2 tấn lương thực mỗi tháng, trong khi một công nhân Nhật Bản chỉ có thể sản xuất 1 tấn lương thực mỗi tháng.

Nguyên tắc lợi thế so sánh nói rằng mỗi hàng hóa nên được sản xuất bởi quốc gia có chi phí cơ hội sản xuất ra hàng hóa đó thấp hơn. Bởi vì chi phí cơ hội của 1 chiếc xe là 2 tấn lương thực ở Hoa Kỳ nhưng chỉ là 1 tấn lương thực ở Nhật Bản, Nhật Bản có lợi thế so sánh trong sản xuất xe hơi. Nhật Bản nên sản xuất nhiều xe hơi hơn họ cần sử dụng và xuất khẩu một số xe sang Hoa Kỳ. Tương tự như vậy, bởi vì chi phí cơ hội của 1 tấn lương thực là 1 ô tô tại Nhật Bản nhưng chỉ có ½ ô tô ở Hoa Kỳ, Hoa Kỳ có lợi thế so sánh trong sản xuất lương thực. Hoa Kỳ cần phải sản xuất lương thực nhiều hơn mức họ cần và xuất khẩu một số lương thực cho Nhật Bản. Thông qua chuyên môn hóa và thương mại, cả hai quốc gia có thể có nhiều lương thực và nhiều ô tô hơn.

---

1. **Nhập khẩu**: hàng hóa sản xuất ở nước ngoài và được bán trong nước.
2. **Xuất khẩu**: hàng hóa sản xuất trong nước và bán ra nước ngoài.

Tất nhiên, trong thực tế các vấn đề liên quan đến thương mại giữa các quốc gia phức tạp hơn ví dụ này. Quan trọng nhất trong số những vấn đề này là mỗi quốc gia có nhiều công dân với sở thích khác nhau. Thương mại quốc tế có thể làm cho một số cá nhân bị thiệt, ngay cả khi nó làm cho đất nước nói chung tốt hơn. Khi Hoa Kỳ xuất khẩu lương thực và nhập khẩu xe ô tô, tác động của nó đối với nông dân không giống như tác động của nó đối với công nhân sản xuất ô tô của Hoa Kỳ. Tuy nhiên, trái ngược với quan điểm đôi khi được phát biểu bởi các chính trị gia và học giả, thương mại quốc tế không giống như chiến tranh, trong đó một số quốc gia giành chiến thắng và những quốc gia khác thua trận. Thương mại cho phép tất cả các quốc gia trở nên thịnh vượng hơn.

KIỂM TRA NHANH: *Giả sử rằng một bác sĩ phẫu thuật não giỏi cũng là người đánh máy nhanh nhất thế giới. Cô ấy nên tự đánh máy hay thuê một thư ký? Giải thích.*

KẾT LUẬN

Bây giờ bạn đã hiểu đầy đủ hơn những lợi ích của việc sống trong một nền kinh tế phụ thuộc lẫn nhau. Khi người dân Hoa Kỳ mua vớ dài từ Trung Quốc, người dân Maine uống nước cam từ Florida, và khi chủ nhà thuê những đứa trẻ nhà bên cạnh cắt cỏ, các lực lượng kinh tế đang vận hành. Nguyên tắc lợi thế so sánh cho thấy thương mại có thể làm cho tất cả mọi người có cuộc sống tốt hơn.

Đã thấy được tại sao sự phụ thuộc lẫn nhau là điều đáng mong muốn, một cách tự nhiên bạn có thể hỏi làm thế nào để điều đó xảy ra. Làm thế nào để xã hội tự do phối hợp các hoạt động đa dạng của tất cả những người liên quan trong nền kinh tế của họ? Điều gì đảm bảo rằng hàng hóa và dịch vụ từ những người sản xuất ra chúng sẽ được chuyển đến những người cần chúng? Trong một thế giới chỉ có hai người, chẳng hạn như chủ trang trại và người nông dân, câu trả lời rất đơn giản: Hai người có thể mặc cả và phân bổ nguồn lực cho nhau. Trong thế giới thực với hàng tỷ người, câu trả lời là chưa rõ ràng. Vấn đề này sẽ được đề cập trong chương kế tiếp, chúng ta sẽ thấy rằng xã hội tự do phân bổ nguồn lực thông qua các lực lượng thị trường cung và cầu.

TÓM TẮT

- Mỗi người tiêu dùng hàng hóa và dịch vụ được sản xuất bởi nhiều người khác cả ở Hoa Kỳ và trên thế giới. Sự phụ thuộc lẫn nhau và thương mại là đáng mong muốn vì chúng cho phép mọi người tiêu dùng một số lượng hàng hóa và dịch vụ nhiều và đa dạng hơn.
- Có hai cách để so sánh khả năng của hai người trong việc sản xuất một hàng hóa. Một người có thể sản xuất một hàng hóa với số lượng đầu vào ít hơn được cho là có **lợi thế tuyệt đối** trong sản xuất hàng hóa đó. Người có chi phí cơ hội thấp hơn trong sản xuất một hàng hóa được cho là có **lợi thế**

so sánh. Lợi ích của thương mại dựa trên lợi thế so sánh chứ không phải lợi thế tuyệt đối.

- Thương mại mang lại lợi ích cho mọi người nhiều hơn bởi vì nó cho phép mọi người chuyên môn hóa vào các hoạt động mà họ có lợi thế so sánh.
- Nguyên tắc lợi thế so sánh áp dụng cho cả cá nhân và quốc gia. Các nhà kinh tế sử dụng nguyên lý lợi thế so sánh để ủng hộ thương mại tự do giữa các quốc gia.

KHÁI NIỆM THEN CHỐT

Lợi thế tuyệt đối	absolute advantage
Lợi thế so sánh	comparative advantage
Chi phí cơ hội	opportunity cost
Hàng xuất khẩu	exports
Hàng nhập khẩu	imports

CÂU HỎI ÔN TẬP

1. Dưới những điều kiện nào đường giới hạn khả năng sản xuất là đường thẳng chứ không phải đường cong?
2. Lợi thế tuyệt đối và lợi thế so sánh khác nhau như thế nào?
3. Cho một ví dụ trong đó một người có lợi thế tuyệt đối khi làm một công việc nào đó nhưng người khác lại có lợi thế so sánh trong công việc đó.
4. Lợi thế tuyệt đối hay lợi thế so sánh quan trọng hơn trong thương mại? Giải thích lập luận của bạn dựa vào ví dụ của bạn ở Câu 3.
5. Nếu hai bên trao đổi dựa trên lợi thế so sánh và cả hai đạt được lợi ích, giá cả thương mại nằm trong khoảng nào?
6. Một quốc gia sẽ có xu hướng xuất khẩu hay nhập khẩu hàng hóa mà nó có lợi thế so sánh? Giải thích.
7. Tại sao các nhà kinh tế phản đối chính sách hạn chế thương mại giữa các quốc gia?

BÀI TẬP VÀ ỨNG DỤNG

1. Maria có thể đọc 20 trang sách kinh tế học trong một giờ. Cô cũng có thể đọc 50 trang xã hội học trong một giờ. Cô dành 5 giờ mỗi ngày để học.
   a. Vẽ đường giới hạn khả năng sản xuất của Maria cho việc đọc kinh tế học và xã hội học.
   b. Chi phí cơ hội của Maria đọc 100 trang sách xã hội học là gì?

2. Mỗi công nhân Hoa Kỳ và Nhật Bản có thể sản xuất 4 chiếc xe mỗi năm. Một công nhân Hoa Kỳ có thể sản xuất 10 tấn ngũ cốc một năm, trong khi một công nhân Nhật Bản có thể sản xuất 5 tấn ngũ cốc một năm. Để cho mọi thứ đơn giản, giả định rằng mỗi quốc gia có 100 triệu công nhân.
   a. Đối với trường hợp này, xây dựng một bảng tương tự như bảng trong Hình 1.
   b. Vẽ đường giới hạn khả năng sản xuất của nền kinh tế Hoa Kỳ và Nhật Bản.
   c. Đối với Hoa Kỳ, chi phí cơ hội của 1 chiếc xe và 1 tấn ngũ cốc là gì? Đối với Nhật Bản, chi phí cơ hội của 1 chiếc xe và 1 tấn ngũ cốc là gì? Điền thông tin này vào một bảng tương tự như Bảng 1.
   d. Nước nào có lợi thế tuyệt đối trong sản xuất ô tô? Trong sản xuất ngũ cốc?
   e. Nước nào có lợi thế so sánh trong sản xuất ô tô? Trong sản xuất ngũ cốc?
   f. Nếu không có thương mại, một nửa số công nhân của mỗi quốc gia sẽ sản xuất ô tô và một nửa sản xuất ngũ cốc. Số lượng ô tô và ngũ cốc sản xuất ở mỗi nước là bao nhiêu?
   g. Bắt đầu từ chỗ không có thương mại, cho một ví dụ trong đó thương mại làm cho mỗi nước có lợi hơn.
3. Pat và Kris là bạn cùng phòng. Họ dành phần lớn thời gian để học (dĩ nhiên), song họ cũng dành một số thời gian cho các hoạt động yêu thích: làm bánh pizza và chế biến xá xị. Pat mất 4 giờ để chế biến một gallon xá xị và 2 giờ để làm một bánh pizza. Kris mất 6 giờ để chế biến một gallon xá xị và 4 giờ làm một bánh pizza.
   a. Chi phí cơ hội của mỗi người để làm một bánh pizza là bao nhiêu? Ai có lợi thế tuyệt đối trong việc làm bánh pizza ? Ai có lợi thế so sánh trong việc làm bánh pizza ?
   b. Nếu Pat và Kris trao đổi thực phẩm với nhau, ai sẽ đổi bánh pizza để lấy xá xị?
   c. Giá bánh pizza có thể được tính bằng số gallon xá xị. Mức giá cao nhất mà bánh pizza có thể trao đổi để hai người bạn cùng phòng cùng có lợi là bao nhiêu? Mức giá thấp nhất là bao nhiêu? Giải thích.
4. Giả sử rằng có 10 triệu người lao động ở Canada và mỗi lao động có thể sản xuất hoặc 2 ô tô hoặc 30 giạ lúa mì trong một năm.
   a. Chi phí cơ hội của sản xuất một chiếc ô tô ở Canada là gì? Chi phí cơ hội của sản xuất một giạ lúa mì ở Canada là gì? Giải thích mối quan hệ giữa chi phí cơ hội của hai hàng hóa.
   b. Vẽ đường giới hạn khả năng sản xuất của Canada. Nếu Canada lựa chọn tiêu dùng 10 triệu ô tô, Canada có thể tiêu dùng bao nhiêu lúa mì khi nền kinh tế không có thương mại quốc tế? Chỉ ra điểm này trên đường giới hạn khả năng sản xuất.

c. Bây giờ giả sử rằng Hoa Kỳ đề nghị mua 10 triệu chiếc xe từ Canada với giá 20 giạ lúa mì cho mỗi chiếc xe. Nếu Canada tiếp tục tiêu dùng 10 triệu xe, trao đổi này cho phép Canada tiêu dùng bao nhiêu giạ lúa mì? Chỉ ra điểm này trên đường giới hạn khả năng sản xuất. Canada có nên chấp nhận thỏa thuận này không?

5. Cả Anh và Scotland đều sản xuất bánh nướng và áo len. Giả sử một công nhân Anh có thể sản xuất 50 bánh nướng mỗi giờ hoặc 1 áo len mỗi giờ. Giả sử một công nhân Scotland có thể sản xuất 40 bánh nướng mỗi giờ hoặc 2 áo len mỗi giờ.
   a. Nước nào có lợi thế tuyệt đối trong sản xuất mỗi loại hàng hóa? Nước nào có lợi thế so sánh trong sản xuất ra mỗi hàng hóa?
   b. Nếu Anh và Scotland quyết định trao đổi, Scotland sẽ bán hàng hóa nào cho Anh? Giải thích.
   c. Nếu một công nhân người Scotland chỉ có thể sản xuất 1 áo len mỗi giờ, liệu Scotland còn có lợi từ thương mại không? Anh có còn lợi ích từ thương mại không? Giải thích.
6. Bảng dưới đây mô tả khả năng sản xuất của hai thành phố ở nước Baseballia:

	Số đôi vớ đỏ mỗi lao động sản xuất mỗi giờ	Số đôi vớ trắng mỗi lao động sản xuất mỗi giờ
Boston	4	2
Chicago	2	1

   a. Nếu không có thương mại, giá của vớ đỏ, tính bằng số lượng vớ trắng, ở Boston là bao nhiêu? Giá ở Chicago là bao nhiêu?
   b. Thành phố nào có lợi thế tuyệt đối trong sản xuất mỗi loại vớ? Thành phố nào có lợi thế so sánh trong sản xuất mỗi loại vớ?
   c. Hai thành phố này có trao đổi vớ với nhau không? Giải thích.
   d. Giả sử những người lao động ở Boston bây giờ làm việc có năng suất cao hơn và họ sản xuất được 6 đôi vớ đỏ hoặc 3 đôi vớ trắng trong một giờ. Thông tin này ảnh hưởng đến những câu trả lời ở trên như thế nào? Giải thích.
7. Giả sử trong một năm mỗi công nhân Hoa Kỳ có thể sản xuất 100 áo sơ mi hoặc 20 máy tính, trong khi một công nhân Trung Quốc có thể sản xuất 100 áo sơ mi hoặc 10 máy tính.
   a. Vẽ đường giới hạn khả năng sản xuất cho hai quốc gia. Giả sử nếu không có thương mại, công nhân ở mỗi nước dành một nửa thời gian của họ sản xuất mỗi hàng hóa. Xác định điểm này trên hình vẽ của bạn.
   b. Nếu hai quốc gia mở cửa thương mại, quốc gia nào sẽ xuất khẩu áo sơ mi? Cho một ví dụ bằng số cụ thể và biểu diễn nó trên đồ thị của bạn. Quốc gia nào sẽ có lợi từ thương mại? Giải thích.
   c. Giải thích ở mức giá nào của máy tính (tính theo số áo sơ mi) thì hai nước có thể trao đổi.

d. Giả sử Trung Quốc bắt kịp năng suất của Hoa Kỳ để một công nhân Trung Quốc có thể sản xuất 100 áo sơ mi hoặc 20 máy tính. Bạn có thể dự đoán chiều hướng thương mại bây giờ như thế nào? Tiến bộ trong năng suất của Trung Quốc ảnh hưởng đến phúc lợi kinh tế của công dân hai quốc gia như thế nào?

8. Một công nhân ở Brazil bình quân có thể sản xuất một ounce đậu nành trong 20 phút và một ounce cà phê trong 60 phút, trong khi một công nhân ở Peru có thể sản xuất một ounce đậu nành trong 50 phút và một ounce cà phê trong 75 phút.
   a. Nước nào có lợi thế tuyệt đối trong sản xuất cà phê? Giải thích.
   b. Nước nào có lợi thế so sánh trong sản xuất cà phê? Giải thích.
   c. Nếu hai nước chuyên môn hóa và trao đổi với nhau, nước nào sẽ nhập khẩu cà phê? Giải thích.
   d. Giả sử hai nước trao đổi và nước nhập khẩu cà phê đổi 2 ounce đậu nành để lấy 1 ounce cà phê. Giải thích lý do tại sao cả hai nước hưởng lợi từ trao đổi này.
9. Những phát biểu sau đây là đúng hay sai? Giải thích cho mỗi trường hợp.
   a. "Hai nước có thể đạt được lợi ích từ thương mại ngay cả khi một trong hai nước có lợi thế tuyệt đối trong việc sản xuất tất cả các hàng hoá."
   b. "Một số người rất tài giỏi có lợi thế so sánh trong tất cả mọi thứ mà họ làm."
   c. "Nếu một giao dịch nào đó là tốt cho một người, nó có thể không tốt cho người kia."
   d. "Nếu một giao dịch nào đó là tốt cho một người, nó luôn luôn tốt cho người kia."
   e. "Nếu thương mại là tốt cho một quốc gia, nó sẽ tốt cho tất cả mọi người trong quốc gia đó."
10. Hoa Kỳ xuất khẩu ngô và máy bay sang phần còn lại của thế giới, và nhập khẩu dầu và quần áo từ phần còn lại của thế giới. Bạn có nghĩ rằng chiều hướng thương mại này phù hợp với nguyên tắc lợi thế so sánh? Tại sao có hoặc tại sao không?
11. Bill và Hillary sản xuất thực phẩm và quần áo. Trong một giờ, Bill có thể sản xuất 1 đơn vị thực phẩm hoặc 1 đơn vị quần áo, trong khi Hillary có thể sản xuất 2 đơn vị thực phẩm hoặc 3 đơn vị quần áo. Họ đều làm việc 10 giờ một ngày.
   a. Ai có lợi thế tuyệt đối trong sản xuất thực phẩm? Ai có lợi thế tuyệt đối trong sản xuất quần áo? Giải thích.
   b. Ai có lợi thế so sánh trong sản xuất thực phẩm? Ai có lợi thế so sánh trong sản xuất quần áo? Giải thích.
   c. Vẽ đường giới hạn khả năng sản xuất cho gia đình (Bill và Hillary là người cùng một gia đình), giả định rằng mỗi người dành cùng số giờ mỗi ngày cho sản xuất thực phẩm và quần áo.

d. Hillary đề nghị rằng cô sẽ chuyên may quần áo. Nghĩa là cô sẽ làm tất cả việc sản xuất quần áo cho gia đình, nhưng nếu như thế vẫn không đáp ứng đủ nhu cầu quần áo của cả nhà, lúc này Bill có thể giúp sản xuất quần áo. Đường giới hạn khả năng sản xuất của hộ gia đình lúc này như thế nào?

e. Bill đề nghị Hillary tập trung sản xuất thực phẩm. Nghĩa là Hillary sẽ làm tất cả việc sản xuất thực phẩm cho gia đình, nhưng nếu như thế vẫn không đáp ứng được nhu cầu lương thực của họ, thì Bill có thể giúp sản xuất lương thực. Đường giới hạn khả năng sản xuất của hộ gia đình lúc này sẽ như thế nào theo đề nghị của Bill?

f. So sánh câu trả lời của bạn ở câu c, d, và e, cách phân bổ thời gian nào là hợp lý nhất? Liên hệ câu trả lời của bạn đến lý thuyết về lợi thế so sánh.

13. Thương mại giữa những nước có trình độ phát triển tương tự nhau và giữa những nước có trình độ phát triển khác nhau, trường hợp nào đem lại lợi ích nhiều hơn?

Để biết thêm thông tin về chủ đề của chương này, hãy ghé thăm website của chúng tôi tại *www.cengage.com/international* để xem thêm bài tập, ứng dụng, ví dụ, các bài kiểm tra trực tuyến và các nội dung khác.

PHẦN II

THỊ TRƯỜNG HOẠT ĐỘNG NHƯ THẾ NÀO

4

CÁC LỰC LƯỢNG CUNG VÀ CẦU TRÊN THỊ TRƯỜNG

Khi một đợt không khí lạnh đổ vào bang Florida, giá nước cam trong các siêu thị ở khắp Hoa Kỳ tăng lên. Mỗi khi thời tiết ấm lên vào mùa hè ở bang New England, giá thuê phòng khách sạn ở vùng Caribbean giảm mạnh. Khi một cuộc chiến tranh bùng nổ ở Trung Đông, giá xăng ở Hoa Kỳ tăng và giá xe Cadillac cũ giảm xuống. Những sự kiện này có điểm gì chung? Tất cả chúng đều cho thấy sự vận hành của cung và cầu.

Cung và *cầu* là hai từ mà các nhà kinh tế học sử dụng thường xuyên nhất - và vì những lý do chính đáng. Cung và cầu là những lực lượng làm cho nền kinh tế thị trường hoạt động. Chúng quyết định sản lượng sản xuất và giá bán của hàng hóa. Nếu muốn biết một sự kiện hoặc chính sách ảnh hưởng tới nền kinh tế như thế nào, trước hết bạn phải xem nó ảnh hưởng tới cung và cầu ra sao.

Chương này giới thiệu lý thuyết về cung và cầu. Hành vi của người bán và người mua và những tương tác giữa họ sẽ được nghiên cứu đến. Nội dung chương này cũng cho thấy cung và cầu xác định giá cả trong nền kinh tế thị trường như thế nào, và đến lượt nó giá cả phân bổ các nguồn lực khan hiếm của xã hội ra sao.

CÁC THỊ TRƯỜNG VÀ SỰ CẠNH TRANH

Các thuật ngữ *cung* và *cầu* để cập đến hành vi của con người khi họ tương tác với nhau trong các thị trường cạnh tranh. Trước khi thảo luận đến việc người bán và người mua hành xử như thế nào, chúng ta hãy xem xét hai thuật ngữ *thị trường* và *cạnh tranh* một cách kỹ lưỡng hơn.

Thị trường là gì?

Thị trường là một nhóm những người mua và người bán của một hàng hóa hay dịch vụ cụ thể. Người mua, với tư cách là một nhóm, quyết định cầu và nhóm người bán quyết định cung của sản phẩm

Thị trường có nhiều dạng khác nhau. Một vài thị trường được tổ chức một cách chặt chẽ, như thị trường nhiều loại nông sản. Trong các thị trường này, người mua và người bán gặp nhau ở một thời gian và địa điểm cụ thể, tại đó những người xướng giá sẽ góp phần vào việc xác định giá bán và tổ chức việc bán hàng.

Phổ biến hơn là các thị trường được tổ chức kém chặt chẽ hơn. Ví dụ, chúng ta hãy xem xét thị trường kem ở một thị trấn cụ thể. Người mua kem không gặp nhau tại bất cứ thời điểm cụ thể nào. Những người bán kem bán ở nhiều nơi khác nhau và bán các loại kem có đôi chút khác biệt. Không có người xướng giá bán cho kem. Mỗi người bán niêm yết giá kem của họ, và mỗi người mua quyết định sẽ mua bao nhiêu kem tại mỗi cửa hàng. Tuy nhiên, những người mua kem và người bán kem này liên quan chặt chẽ với nhau. Những người mua kem lựa chọn trong số nhiều người bán để thỏa mãn khẩu vị của họ, còn những người bán, tất cả đều cố gắng nổi bật hơn những người bán khác để việc kinh doanh của họ thành công. Ngay cả khi không được tổ chức, nhóm người mua và bán kem cũng hình thành một thị trường.

Cạnh tranh là gì?

Thị trường kem, giống như hầu hết các thị trường khác, là một thị trường có tính cạnh tranh rất cao. Mỗi người mua đều biết rằng họ có rất nhiều người bán để lựa chọn, còn người bán biết rằng sản phẩm của họ cũng giống như sản phẩm của những người bán khác. Kết quả là giá bán và sản lượng kem trên thị trường không được xác định bởi bất cứ một người mua hay người bán đơn lẻ nào. Chính xác là giá bán và sản lượng kem do tất cả người mua và người bán cùng quyết định khi họ tương tác với nhau trên thị trường.

Các nhà kinh tế học sử dụng thuật ngữ **thị trường cạnh tranh**[1] để mô tả các thị trường có rất nhiều người mua và người bán tới mức mỗi người trong số họ có tác động không đáng kể lên giá thị trường. Mỗi người bán kem có khả năng kiểm soát giá kem rất hạn chế vì những người khác cũng bán những loại kem tương tự. Người bán có ít lý do để bán với giá thấp hơn giá hiện hành, và nếu họ bán với giá cao hơn, người mua sẽ mua ở nơi khác. Tương tự, không một người mua nào có thể tác động lên giá kem vì mỗi người chỉ mua một lượng nhỏ.

Trong chương này, chúng ta giả định rằng các thị trường là cạnh tranh hoàn hảo. Để đạt đến hình thái cao nhất của cạnh tranh, thị trường phải có hai đặc trưng: (1) các sản phẩm được bán phải giống nhau hoàn toàn, và (2) số lượng người mua và người bán là quá lớn và do đó không một cá nhân đơn lẻ nào có khả năng tác động tới mức giá thị trường. Vì người mua và người bán trong thị trường cạnh tranh hoàn hảo phải chấp nhận mức giá do thị trường quyết định, họ được cho là những người chấp nhận giá. Tại mức giá thị trường, người mua có thể mua bất kỳ sản lượng nào họ muốn, và người bán có thể bán tất cả sản lượng họ muốn.

---

1. **Thị trường cạnh tranh:** một thị trường có nhiều người bán và người mua, mỗi người không có khả năng ảnh hưởng đến giá thị trường.

Có một số thị trường mà ở đó giả định về cạnh tranh hoàn hảo có thể được áp dụng một cách hoàn hảo. Ví dụ như trên thị trường lúa mì, có hàng ngàn nông dân bán lúa mì và hàng triệu người tiêu dùng sử dụng lúa mì và các sản phẩm từ bột mì. Vì không một người mua hay người bán đơn lẻ nào có thể tác động đến giá cả, họ nhận mức giá được cho trước.

Tuy nhiên, không phải tất cả các hàng hóa và dịch vụ đều được bán trên các thị trường cạnh tranh hoàn hảo. Một vài thị trường chỉ có duy nhất một người bán, và người này sẽ quyết định giá bán. Họ được gọi là nhà độc quyền. Ví dụ, công ty truyền hình cáp ở nơi bạn sống có thể là một nhà độc quyền. Người dân ở thị trấn của bạn có thể chỉ có một công ty truyền hình cáp để mua dịch vụ này. Nhưng cũng có các thị trường khác nằm giữa hai thái cực cạnh tranh hoàn hảo và độc quyền.

Mặc dù các loại thị trường mà chúng ta thấy trên thực tế là rất đa dạng, giả thiết về cạnh tranh hoàn hảo là một sự giản lược hữu ích và vì vậy là một điểm mấu chốt để bắt đầu. Thị trường cạnh tranh hoàn hảo là loại hình dễ phân tích nhất vì các thành viên tham gia chấp nhận mức giá được cho trước bởi các điều kiện thị trường. Ngoài ra, vì cạnh tranh ít hay nhiều đều tồn tại ở hầu hết các thị trường, chúng ta có thể rút ra nhiều bài học từ việc nghiên cứu cung và cầu trong thị trường cạnh tranh hoàn hảo để áp dụng trong các tình huống thị trường phức tạp hơn.

KIỂM TRA NHANH: *Thị trường là gì? • Các đặc trưng của thị trường cạnh tranh hoàn hảo là gì?*

CẦU

Chúng ta sẽ bắt đầu nghiên cứu các thị trường bằng việc xem xét hành vi của người mua. Để thống nhất, chúng ta chỉ xem xét một sản phẩm cụ thể: kem.

Đường cầu: Mối quan hệ giữa lượng cầu và giá bán

Lượng cầu[1] của một loại hàng hóa là lượng hàng mà người mua có thể và sẵn lòng mua. Như chúng ta sẽ thấy, có nhiều nhân tố ảnh hưởng đến lượng cầu, nhưng trong phân tích của chúng ta về việc thị trường hoạt động như thế nào, nhân tố đóng vai trò trung tâm chính là giá bán của hàng hóa. Nếu giá kem tăng lên 20 đô la một que, bạn sẽ mua ít kem hơn. Thay vào đó bạn có lẽ mua sữa chua đông lạnh. Nếu mức giá kem giảm xuống chỉ còn 0,2 đô la một que, bạn sẽ mua kem nhiều hơn. Mối quan hệ này giữa giá và lượng cầu là đúng với hầu hết các hàng hóa trong nền kinh tế và trên thực tế nó phổ biến đến mức các nhà kinh tế học gọi nó là **quy luật cầu**[2]: Trong điều kiện mọi yếu tố khác không đổi, khi giá của

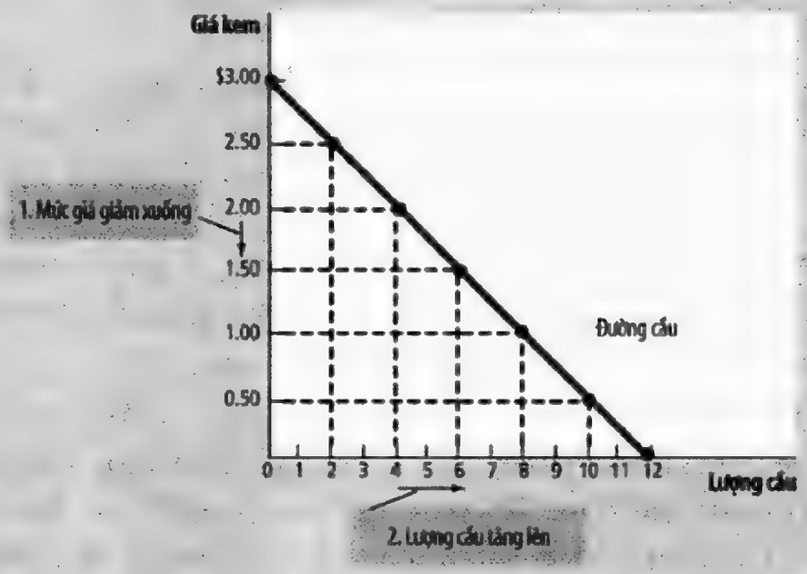
1. **Lượng cầu:** lượng hàng mà người mua sẵn lòng và có khả năng mua.
2. **Quy luật cầu**: phát biểu cho rằng với các yếu tố khác không đổi, lượng cầu của một hàng hóa giảm khi giá của nó tăng lên

Hình 1

Biểu cầu và đường cầu của Catherine

Biểu cầu là bảng thể hiện lượng cầu tại mỗi mức giá.
Đường cầu mô tả bằng đồ thị sự thay đổi lượng cầu khi giá thay đổi.
Vì giá thấp hơn làm tăng lượng cầu, đường cầu dốc xuống.

Giá kem	Lượng cầu
$0.00	12 cây
0.50	10
1.00	8
1.50	6
2.00	4
2.50	2
3.00	0



một loại hàng hóa tăng, lượng cầu của nó sẽ giảm và khi giá một hàng hóa giảm, lượng cầu của nó sẽ tăng.

Bảng ở Hình 1 cho thấy số que kem Catherine mua mỗi tháng ở các mức giá khác nhau. Nếu kem là miễn phí, Catherine mua 12 que mỗi tháng. Ở mức giá 0,50 đô la mỗi que, Catherine mua 10 que mỗi tháng. Giá kem càng cao thì cô mua càng ít. Khi mức giá là 3 đô la, Catherine không mua kem nữa. Bảng này được gọi là một **biểu cầu**[1], là một bảng thể hiện mối quan hệ giữa giá bán và lượng cầu trong điều kiện các yếu tố khác ảnh hưởng đến lượng mua của người tiêu dùng được giữ cố định.

Đồ thị ở Hình 1 sử dụng số liệu trong bảng để mô tả quy luật cầu. Theo quy ước, giá bán nằm trên trục tung và lượng cầu nằm trên trục hoành. Đường dốc xuống nối giá bán với lượng cầu được gọi là **đường cầu**[2].

Cầu thị trường và cầu cá nhân

Đường cầu ở Hình 1 cho thấy cầu của một cá nhân về một loại sản phẩm. Để phân tích cách thức hoạt động của các thị trường, chúng ta cần xác định cầu thị trường, là tổng của tất cả cầu cá nhân về một loại hàng hóa hay dịch vụ cụ thể.

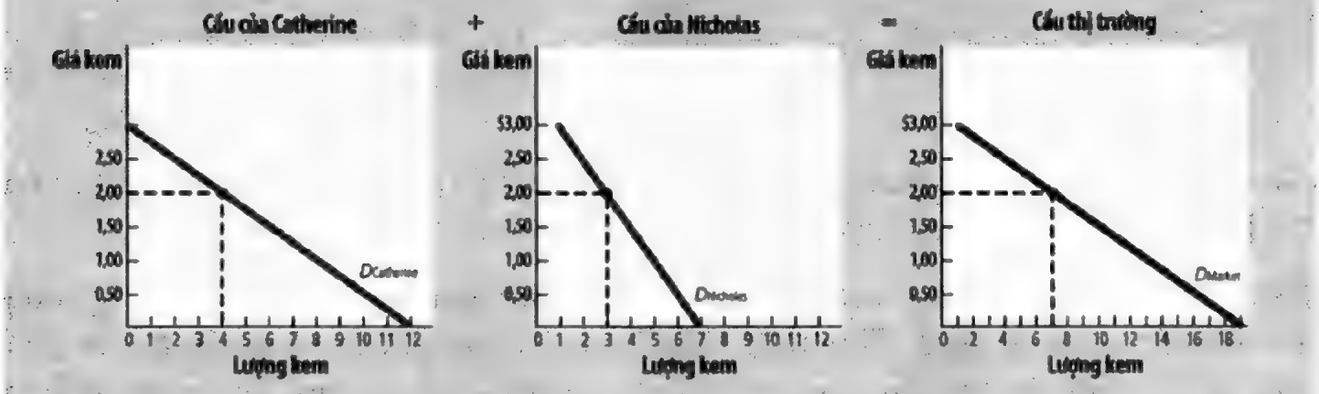
Bảng ở Hình 2 cho thấy các biểu cầu của hai cá nhân trên thị trường này – Catherine và Nicholas. Tại một mức giá bất kỳ, biểu cầu của Catherine cho biết

1. **Biểu cầu**: một bảng thể hiện mối quan hệ giữa giá bán và lượng cầu của một hàng hóa.
2. **Đường cầu**: đồ thị biểu diễn mối quan hệ giữa mức giá và lượng cầu của một hàng hóa.

Lượng cầu thị trường là tổng các lượng cầu cá nhân tại mỗi mức giá. Vì vậy, đường cầu thị trường là tổng các đường cầu cá nhân được cộng theo chiều ngang. Ở mức giá 2 đô la Catherine có lượng cầu (cá nhân) là 4 que kem, và Nicholas có lượng cầu là 3 que kem. Lượng cầu trên thị trường là 7 que kem tại mức giá này.

Hình 2
Cầu thị trường là tổng của cầu các cá nhân

Giá mỗi que kem	Catherine		Nicholas		Thị trường
$0,00	12	+	7	=	19 que
0,50	10		6		16
1,00	8		5		13
1,50	6		4		10
2,00	4		3		7
2,50	2		2		4
3,00	0		1		1



cô mua bao nhiêu kem, còn biểu cầu của Nicholas cho biết anh mua bao nhiêu kem. Cầu thị trường là tổng của hai lượng cầu cá nhân.

Đồ thị ở Hình 2 cho biết các đường cầu tương ứng với hai biểu cầu ở trên. Lưu ý rằng chúng ta cộng các đường cầu cá nhân theo chiều ngang để có được đường cầu thị trường. Tức là, để tìm tổng lượng cầu tại mỗi mức giá, chúng ta cộng các lượng cầu cá nhân trên trục hoành. Vì chúng ta quan tâm đến cách thức thị trường hoạt động, nên thường chỉ để cập đến đường cầu thị trường. Đường cầu thị trường cho thấy tổng lượng cầu của một loại hàng hóa thay đổi như thế nào khi giá của nó thay đổi, trong điều kiện các yếu tố có tác động tới việc người tiêu dùng muốn mua bao nhiêu được giữ nguyên.

Sự dịch chuyển của đường cầu

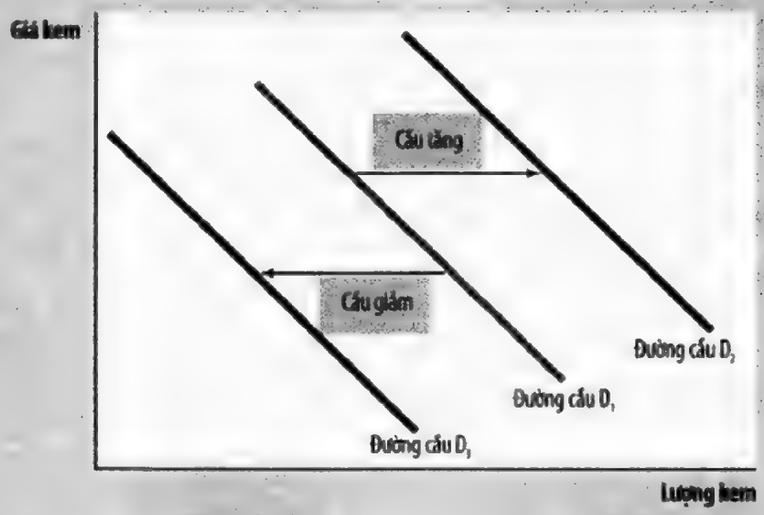
Do đường cầu thị trường giữ các yếu tố khác không đổi, nó cần phải thay đổi theo thời gian. Nếu một sự kiện xảy ra có ảnh hưởng đến lượng cầu tại mỗi mức giá, đường cầu sẽ dịch chuyển. Ví dụ, giả sử Hiệp hội Y tế Hoa Kỳ phát hiện rằng người dùng kem thường xuyên sẽ sống lâu hơn và khỏe mạnh hơn. Phát hiện này sẽ làm tăng lượng cầu về kem. Tại bất kỳ mức giá nào, người mua bây giờ sẽ muốn mua nhiều kem hơn trước và đường cầu đối với kem dịch chuyển.

Hình 3 mô tả sự dịch chuyển của đường cầu. Bất kỳ sự thay đổi nào làm tăng lượng cầu ở mỗi mức giá, như giả định của chúng ta về phát hiện của Hiệp hội Y tế Hoa Kỳ, sẽ làm đường cầu dịch chuyển sang phải và được gọi là một *sự tăng lên của cầu*. Bất kỳ sự thay đổi nào làm giảm lượng cầu tại mỗi mức giá sẽ làm đường

Hình 3

Dịch chuyển đường cầu

Bất kỳ sự thay đổi nào làm tăng lượng hàng người mua muốn mua ở mỗi mức giá sẽ làm đường cầu dịch chuyển sang phải. Bất kỳ sự thay đổi nào làm giảm lượng hàng người mua muốn mua ở mỗi mức giá sẽ làm đường cầu dịch chuyển sang trái.



cầu dịch chuyển sang trái, gọi là một *sự giảm xuống của cầu*. Có nhiều yếu tố có thể làm đường cầu dịch chuyển. Sau đây là các yếu tố quan trọng.

Thu nhập Điều gì sẽ xảy ra với cầu về kem của bạn nếu bạn bị mất việc trong mùa hè? Rất có thể nó sẽ giảm. Thu nhập thấp hơn có nghĩa là bạn có ít tiền để chi tiêu hơn, vì vậy bạn sẽ phải chi tiêu ít hơn cho một số – nếu không muốn nói là hầu hết – các hàng hóa. Nếu cầu về một hàng hóa giảm khi thu nhập giảm, hàng hóa này được gọi là **hàng hóa thông thường**[1].

Không phải tất cả hàng hóa đều là hàng hóa thông thường. Nếu cầu về một sản phẩm tăng khi thu nhập giảm, hàng hóa này là **hàng hóa thứ cấp**[2]. Một ví dụ về hàng hóa thứ cấp là xe buýt. Khi thu nhập của bạn giảm, bạn ít có khả năng mua xe hơi hoặc đi taxi và khả năng bạn phải đi xe buýt sẽ lớn hơn.

Giá của sản phẩm liên quan Giả sử giá sữa chua giảm. Quy luật cầu cho rằng bạn sẽ mua nhiều sữa chua hơn. Đồng thời, có thể bạn sẽ mua ít kem hơn. Vì kem và sữa chua đều lạnh, ngọt, và là món tráng miệng, chúng đáp ứng những mong muốn tương tự nhau. Khi giá của một loại hàng hóa giảm xuống làm giảm cầu của một loại hàng hóa khác, hai loại hàng hóa này được gọi là **những hàng hóa thay thế**[3]. Hàng hóa thay thế thường là những cặp hàng hóa được sử dụng thay thế cho nhau, chẳng hạn như xúc xích và bánh mì kẹp thịt, áo len và áo nỉ, và vé xem phim rạp và đĩa phim DVD.

Bây giờ giả sử giá bán của chocolate dạng lỏng giảm. Theo quy luật cầu, bạn sẽ mua chocolate lỏng nhiều hơn. Tuy nhiên, trong trường hợp này, bạn cũng sẽ mua kem nhiều hơn bởi vì kem và chocolate lỏng thường được sử dụng với nhau. Khi

1. **Hàng hóa thông thường**: một hàng hóa mà với những yếu tố khác không đổi, sự gia tăng trong thu nhập sẽ dẫn đến gia tăng về cầu.
2. **Hàng hóa thứ cấp**: một hàng hóa mà với các yếu tố khác không đổi, thu nhập tăng làm giảm lượng cầu.
3. **Hàng hóa thay thế**: hai hàng hóa mà khi giá của hàng hóa này tăng sẽ làm tăng cầu của hàng hóa kia.

Bảng 1

Các biến số ảnh hưởng đến người mua

Bảng này liệt kê các biến có ảnh hưởng đến lượng mua của người tiêu dùng. Hãy để ý vai trò đặc biệt của giá: Sự thay đổi giá của hàng hóa thể hiện sự di chuyển dọc theo đường cầu, trong khi đó sự thay đổi của bất kỳ biến số nào khác sẽ làm dịch chuyển đường cầu.

Biến số	Thay đổi trong biến số này dẫn đến
Giá của hàng hóa	di chuyển dọc theo đường cầu
Thu nhập	dịch chuyển đường cầu
Giá hàng hóa liên quan	dịch chuyển đường cầu
Thị hiếu	dịch chuyển đường cầu
Kỳ vọng	dịch chuyển đường cầu
Số lượng người mua	dịch chuyển đường cầu

giá bán của một loại hàng hóa giảm làm tăng cầu đối với một loại hàng hóa khác, hai loại hàng hóa này được gọi là **hàng hóa bổ sung**[1]. Hàng hóa bổ sung thường là những cặp hàng hóa được sử dụng cùng nhau, chẳng hạn như xăng và ô tô, máy tính và phần mềm, bơ đậu phộng và sữa ong chúa.

Thị hiếu Yếu tố tác động tới nhu cầu của bạn rõ ràng nhất chính là thị hiếu của bạn. Nếu bạn thích ăn kem, bạn mua kem nhiều hơn. Các nhà kinh tế học thường không cố gắng giải thích thị hiếu của con người bởi thị hiếu được hình thành dựa trên các yếu tố lịch sử và tâm lý nằm ngoài lĩnh vực kinh tế. Tuy nhiên, điều mà các nhà kinh tế học thường làm là xem xét điều gì sẽ xảy ra khi thị hiếu thay đổi.

Kỳ vọng Kỳ vọng của bạn về tương lai có thể ảnh hưởng đến nhu cầu hiện tại của bạn đối với một loại hàng hóa hay dịch vụ. Nếu bạn mong đợi sẽ kiếm được thu nhập cao hơn vào tháng tới, bạn có thể quyết định sẽ tiết kiệm ít hơn bây giờ và chi tiêu nhiều hơn cho kem bằng thu nhập hiện tại của bạn. Nếu bạn mong đợi giá của kem sẽ giảm vào ngày mai, bạn có thể sẽ mua ít kem hơn trong hôm nay.

Số lượng người mua Ngoài các yếu tố nêu trên, là những yếu tố tác động tới hành vi của khách hàng cá nhân, nhu cầu thị trường còn phụ thuộc vào số lượng người mua. Nếu Peter tham gia cùng Catherine và Nicholas với tư cách một người tiêu dùng kem, lượng cầu trên thị trường sẽ cao hơn ở mọi mức giá, và cầu thị trường sẽ tăng lên.

Tóm lại Đường cầu cho thấy điều gì sẽ xảy ra với lượng cầu của một loại hàng hóa khi giá của nó thay đổi, giả định các yếu tố có tác động tới người mua là không đổi. Khi một trong những yếu tố này thay đổi, đường cầu dịch chuyển. Bảng 1 liệt kê các biến số ảnh hưởng tới số lượng của một loại hàng hóa mà người tiêu dùng chọn mua.

Nếu gặp khó khăn trong việc ghi nhớ liệu bạn cần dịch chuyển hay di chuyển dọc theo đường cầu, hãy xem lại phụ lục Chương 2. Một đường biểu diễn thay đổi khi có sự thay đổi của một trong những biến liên quan mà sự thay đổi này không được đo ở hai trục. Do giá nằm trên trục tung, một sự thay đổi của giá sẽ cho thấy một sự di chuyển dọc theo đường cầu. Ngược lại, thu nhập, giá cả hàng hóa liên

1. **Hàng hóa bổ sung**: hai hàng hóa mà khi giá hàng hóa này tăng thì cầu của hàng hóa kia giảm.

quan, thị hiếu, kỳ vọng và số lượng người mua không được đo lường trên hai trục, do đó một sự thay đổi trong những biến này sẽ làm đường cầu dịch chuyển.

NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG

Hai cách giảm cầu thuốc lá

Các nhà hoạch định chính sách thường muốn cắt giảm số lượng người hút thuốc vì những tác hại của việc hút thuốc tới sức khỏe. Có hai cách có thể giúp đạt được mục tiêu này.

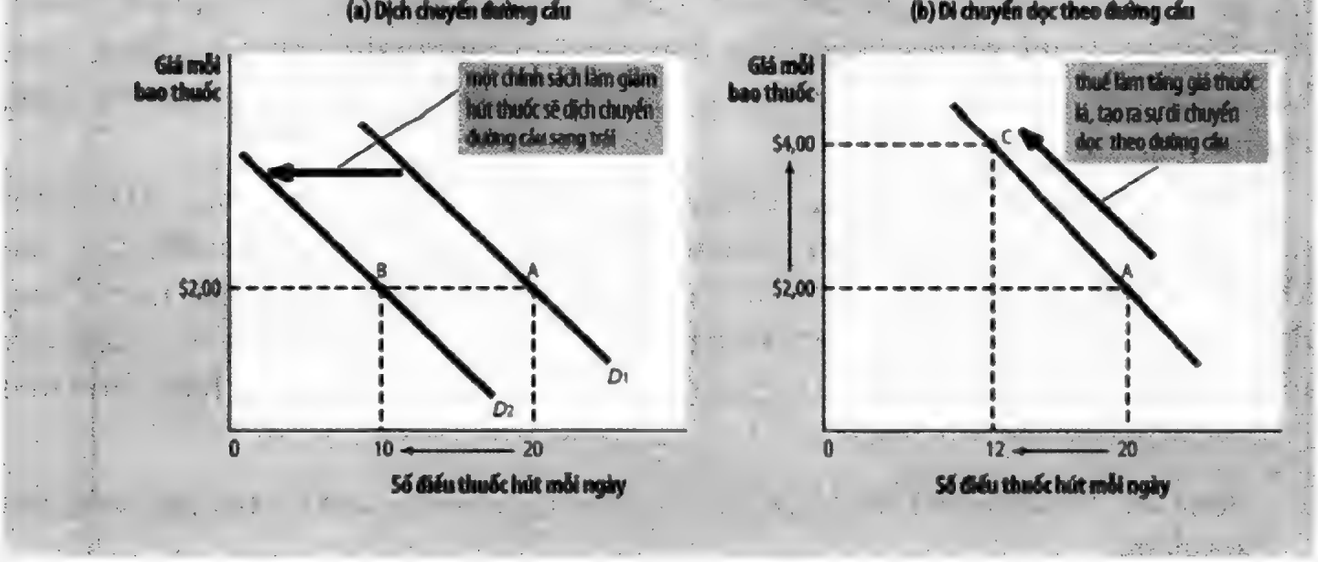
Một cách để giảm hút thuốc là làm dịch chuyển đường cầu đối với thuốc lá và các sản phẩm thuốc lá. Các thông báo công cộng, cảnh báo sức khỏe bắt buộc trên bao bì thuốc lá, và cấm quảng cáo thuốc lá trên tivi là những chính sách được đưa ra nhằm cắt giảm lượng cầu thuốc lá tại bất cứ mức giá nào. Nếu thành công, các chính sách này sẽ làm đường cầu thuốc lá dịch chuyển sang trái, như trong Hình 4(a).

Ngoài ra, những nhà hoạch định chính sách có thể cố gắng nâng cao giá thuốc lá. Ví dụ, nếu chính phủ đánh thuế sản xuất thuốc lá, các công ty thuốc lá chuyển hầu hết khoản thuế này sang người tiêu dùng bằng cách bán với giá cao hơn. Một mức giá cao hơn sẽ làm giảm số lượng thuốc lá tiêu thụ. Trong trường hợp này, lượng thuốc hút giảm xuống không cho thấy một sự thay đổi trong đường cầu. Thay vào đó, nó cho thấy một sự di chuyển dọc theo đường cầu đến một điểm có một mức giá cao hơn và lượng cầu thấp hơn, như trong Hình 4(b).

Những thay đổi giá thuốc lá sẽ làm lượng thuốc lá thay đổi bao nhiêu? Các nhà kinh tế học đã cố gắng trả lời câu hỏi này bằng cách nghiên cứu điều gì sẽ xảy ra

Hình 4
Dịch chuyển đường cầu và di chuyển dọc theo đường cầu

Nếu cảnh báo trên bao bì thuốc lá thuyết phục mọi người hút thuốc ít hơn, đường cầu thuốc lá sẽ dịch chuyển sang bên trái. Trong hình (a), đường cầu dịch chuyển từ D_1 đến D_2. Khi mức giá là 2 đô la mỗi gói, lượng cầu giảm từ 20 xuống còn 10 điếu mỗi ngày, phản ánh của sự dịch chuyển từ điểm A đến điểm B. Ngược lại, nếu thuế làm tăng giá thuốc lá, đường cầu không thay đổi. Thay vào đó, chúng ta lại thấy một sự di chuyển đến một điểm khác trên đường cầu. Trong hình (b), khi giá tăng từ 2 đô la đến 4 đô la, lượng cầu giảm từ 20 xuống còn 12 điếu mỗi ngày, được thể hiện bằng sự di chuyển từ điểm A đến điểm C.



khi thuế thuốc lá thay đổi. Họ đã phát hiện ra rằng giá tăng 10 phần trăm sẽ làm giảm 4 phần trăm trong lượng cầu. Thanh thiếu niên là đối tượng đặc biệt nhạy cảm với giá thuốc lá: mỗi 10 phần trăm tăng lên trong giá bán giúp giảm 12 phần trăm trẻ vị thành niên hút thuốc.

Một câu hỏi liên quan là giá thuốc lá ảnh hưởng thế nào đến nhu cầu về những loại thuốc hút bất hợp pháp, chẳng hạn như cần sa. Những người phản đối thuế thuốc lá thường lập luận rằng thuốc lá và cần sa là sản phẩm thay thế, do đó giá thuốc lá cao sẽ khuyến khích việc sử dụng cần sa. Ngược lại, nhiều chuyên gia về các chất gây nghiện cho rằng thuốc lá như một "cửa ngõ ma túy" sẽ dẫn dắt giới trẻ tới việc thử những chất có hại khác. Các dữ liệu nghiên cứu cũng phù hợp với quan điểm thứ hai: Họ nhận ra rằng giá thuốc lá thấp hơn có liên quan đến việc sử dụng cần sa nhiều hơn. Nói cách khác, thuốc lá và cần sa là những hàng hóa bổ sung chứ không phải là những hàng hóa thay thế nhau. ■

KIỂM TRA NHANH: *Hãy lấy một ví dụ về biểu cầu hàng tháng cho pizza và vẽ đồ thị đường cầu này. • Cho một ví dụ về nhân tố làm thay đổi đường cầu, và giải thích ngắn gọn lý do. • Liệu một sự thay đổi giá bánh pizza có làm dịch chuyển đường cầu này không?*

CUNG

Bây giờ chúng ta chuyển sang phía bên kia của thị trường và xem xét hành vi của người bán. Một lần nữa, để thống nhất, chúng ta chỉ xem xét thị trường kem.

Đường cung: Mối quan hệ giữa mức giá và lượng cung

Lượng cung[1] của bất kỳ hàng hóa hay dịch vụ là lượng hàng mà người bán có thể và sẵn lòng bán. Có nhiều yếu tố quyết định lượng cung, nhưng một lần nữa, giá cả đóng vai trò đặc biệt trong phân tích của chúng ta. Khi giá kem cao, bán kem sẽ thu được lợi nhuận, và do đó, lượng cung lớn. Người bán kem làm việc nhiều giờ, mua nhiều máy làm kem và thuê nhiều lao động. Ngược lại, khi giá kem thấp, công việc kinh doanh này thu được ít lợi nhuận hơn, vì vậy người bán sản xuất kem ít hơn. Ở một mức giá thấp, một số người bán hàng thậm chí có thể đóng cửa, và lượng cung của họ giảm xuống bằng không. Mối quan hệ giữa giá và lượng cung được gọi là **quy luật cung**[2]: Trong điều kiện các yếu tố khác không đổi, khi giá hàng hóa tăng lên, lượng cung tăng lên, và khi giá giảm, lượng cung giảm.

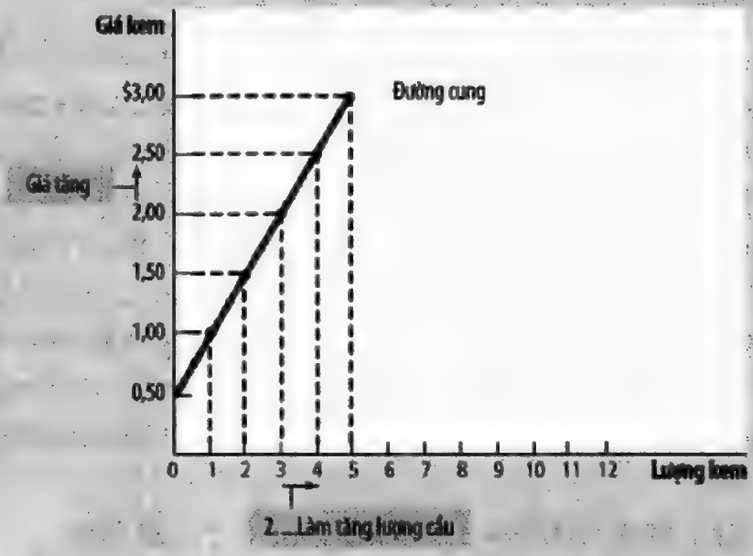
Bảng trong Hình 5 cho thấy số lượng kem cung cấp mỗi tháng của một người bán kem tên là Ben, tại các mức giá kem khác nhau. Ở mức giá dưới 1 đô la, Ben sẽ không cung cấp kem nữa. Giá càng tăng thì sản lượng kem mà ông cung cấp

1. **Lượng cung**: lượng hàng mà người bán có thể và sẵn lòng bán
2. **Quy luật cung**: phát biểu cho rằng với các yếu tố khác không đổi, lượng cung của một hàng hóa tăng khi giá của nó tăng lên.

Hình 5
Biểu cung và đường cung của Ben

Biểu cung là một bảng hiển thị lượng cung tại mỗi mức giá. Đường cung, được vẽ từ biểu cung, minh họa lượng cung của một hàng hóa thay đổi như thế nào khi giá của nó thay đổi. Vì mức giá cao hơn làm tăng lượng cung, đường cung dốc lên.

Giá kem	Lượng cung
$0,00	0
0,50	0
1,00	1
1,50	2
2,00	3
2,50	4
3,00	5



càng lớn. Đây là một **biểu cung**[1], một bảng cho thấy mối quan hệ giữa giá của một mặt hàng và lượng cung, trong điều kiện các yếu tố khác có ảnh hưởng tới lượng hàng mà nhà sản xuất của mặt hàng đó muốn bán là không đổi.

Đồ thị trong Hình 5 sử dụng các con số từ bảng này để minh họa cho quy luật cung. Đường nối giá và lượng cung được gọi là **đường cung**[2]. Đường cung dốc lên bởi vì, khi những thứ khác không đổi, một mức giá cao hơn có nghĩa là một lượng cung lớn hơn.

Cung thị trường và cung cá nhân

Cũng giống như cầu thị trường là tổng cầu của tất cả người mua, cung thị trường là tổng các nguồn cung của tất cả các người bán. Bảng trong Hình 6 cho thấy biểu cung của hai nhà sản xuất kem trên thị trường là Ben và Jerry. Tại mỗi mức giá, biểu cung của Ben cho chúng ta biết số lượng kem Ben sẽ bán, và biểu cung của Jerry cho chúng ta biết số lượng kem Jerry cung cấp. Cung thị trường là tổng của hai nguồn cung cá nhân này.

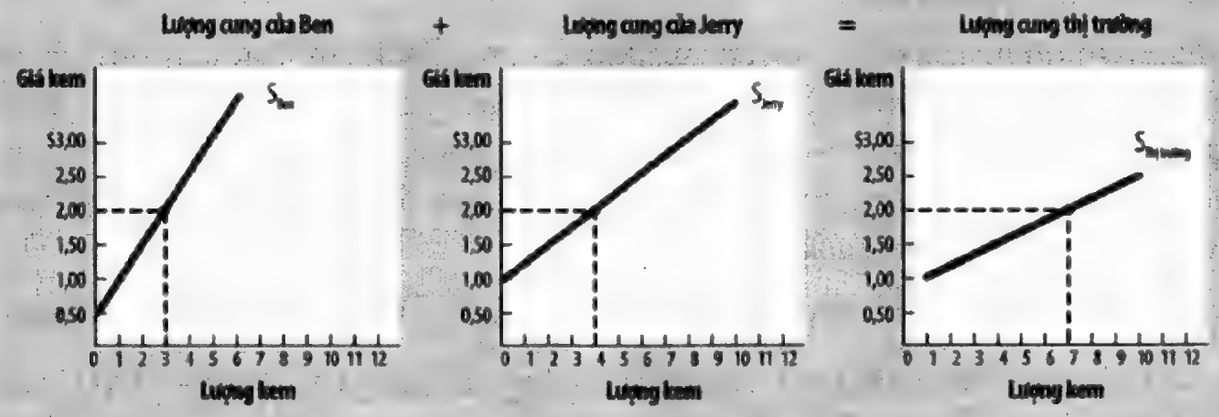
Đồ thị trong Hình 6 cho thấy các đường cung tương ứng với các biểu cung. Cũng giống như những đường cầu, chúng ta cộng các đường cung cá nhân theo chiều ngang để có được đường cung thị trường. Có nghĩa là, để tìm tổng lượng cung ở bất cứ mức giá nào, chúng ta cộng các lượng cung cá nhân trên các trục hoành của các đường cung cá nhân. Đường cung thị trường cho thấy lượng cung

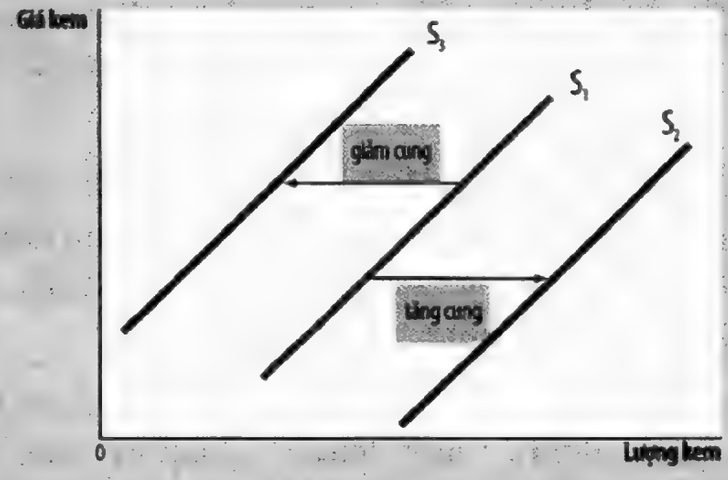
1. **Biểu cung**: bảng thể hiện mối quan hệ giữa mức giá và lượng cung của một hàng hóa.
2. **Đường cung**: đồ thị biểu diễn mối quan hệ giữa mức giá và lượng cung của một hàng hóa.

Lượng cung trên thị trường là tổng lượng cung của tất cả người bán hàng tại mỗi mức giá. Như vậy, đường cung thị trường được tính bằng cách cộng các đường cung cá nhân theo chiều ngang. Ở một mức giá 2 đô la, Ben cung cấp 3 que, và Jerry cung cấp 4 que kem. Lượng cung trên thị trường ở mức giá này là 7 que.

Hình 6
Lượng cung thị trường là tổng các lượng cung cá nhân

Giá kem	Ben		Jerry		Thị trường
$0,00	0	+	0	=	0
0,50	0		0		0
1,00	1		0		1
1,50	2		2		4
2,00	3		4		7
2,50	4		6		10
3,00	5		8		13





Hình 7
Dịch chuyển đường cung

Bất kỳ sự thay đổi làm tăng lượng mà người bán muốn sản xuất tại bất cứ mức giá cho trước làm dịch chuyển đường cung sang phải. Bất kỳ sự thay đổi nào làm giảm lượng mà người bán muốn sản xuất tại bất cứ mức giá cho trước sẽ làm dịch chuyển đường cung về bên trái.

thay đổi bao nhiêu khi giá thay đổi, với các yếu tố khác ảnh hưởng đến lượng cung không đổi.

Sự dịch chuyển của đường cung

Vì đường cung thị trường giữ những yếu tố khác không đổi, đường cung thay đổi khi một trong những yếu tố này thay đổi. Ví dụ, giả sử giá đường giảm. Đường là một đầu vào của quá trình sản xuất kem, do đó giá đường giảm làm cho việc bán kem thu được lợi nhuận lớn hơn. Điều này làm tăng cung về kem: Bây giờ tại bất

Bảng 2
Các biến ảnh hưởng đến người bán

Biến số	Thay đổi biến số này sẽ làm:
Giá của hàng hóa	Di chuyển dọc theo đường cung
Giá các đầu vào	Dịch chuyển đường cung
Công nghệ	Dịch chuyển đường cung
Kỳ vọng	Dịch chuyển đường cung
Số lượng người bán	Dịch chuyển đường cung

kỳ giá nào, người bán sẵn sàng sản xuất một số lượng lớn hơn. Đường cung về kem dịch chuyển sang phải.

Hình 7 minh họa sự dịch chuyển của đường cung. Bất kỳ một sự thay đổi nào làm tăng lượng cung ở mọi mức giá, chẳng hạn như việc giảm giá đường, sẽ làm đường cung dịch chuyển sang phải và được gọi là *sự gia tăng cung*. Tương tự như vậy, bất kỳ sự thay đổi nào làm giảm lượng cung ở mọi mức giá, sẽ làm đường cung dịch chuyển sang trái và được gọi là *sự giảm xuống của cung*.

Có nhiều yếu tố có thể làm thay đổi cung. Dưới đây là những yếu tố quan trọng.

Giá đầu vào Để sản xuất kem, người bán hàng sử dụng các đầu vào khác nhau: kem, đường, hương liệu, máy kem, nhà xưởng sản xuất kem và lao động để kết hợp các thành phần và vận hành máy móc. Khi giá của một hoặc nhiều yếu tố đầu vào tăng lên, sản xuất kem có lợi nhuận ít đi và do đó doanh nghiệp cung ứng kem ít đi. Nếu giá đầu vào tăng lên đáng kể, doanh nghiệp có thể đóng cửa và không bán kem nữa. Vì vậy, cung của một hàng hóa có quan hệ nghịch biến với giá các yếu tố đầu vào của nó

Công nghệ Công nghệ kết hợp các đầu vào để tạo ra kem cũng là một yếu tố quyết định cung. Ví dụ: việc phát minh ra máy làm kem hiện đại hơn giúp giảm số lượng lao động cần thiết để làm kem. Bằng cách giảm chi phí sản xuất, sự tiến bộ của công nghệ làm tăng lượng cung về kem.

Kỳ vọng Lượng cung về kem của một doanh nghiệp hôm nay có thể phụ thuộc vào kỳ vọng của nó về tương lai. Ví dụ, nếu một doanh nghiệp kỳ vọng giá của kem sẽ tăng trong tương lai, họ sẽ cất một số sản phẩm hiện hành vào kho lưu trữ và cung cấp cho thị trường hiện tại ít kem hơn.

Số lượng người bán Ngoài các yếu tố có tác động đến hành vi của người bán hàng đơn lẻ nêu trên, cung thị trường còn phụ thuộc vào số lượng người bán hàng. Nếu Ben hay Jerry nghỉ kinh doanh kem, cung trên thị trường sẽ giảm.

Tóm lại Đường cung cho thấy những gì xảy ra với lượng cung của một hàng hóa khi giá của nó thay đổi, với các biến khác có ảnh hưởng đến người bán được giữ cố định. Khi một trong những biến số này thay đổi, đường cung sẽ dịch chuyển. Bảng 2 liệt kê các yếu tố ảnh hưởng đến việc nhà sản xuất chọn mức cung bao nhiêu doanh nghiệp có thể đóng cửa và không bán kem nữa. Vì vậy, cung của một hàng hóa có quan hệ nghịch biến với giá các yếu tố đầu vào của nó

Một lần nữa, để biết liệu bạn cần dịch chuyển hay di chuyển dọc theo đường cung, hãy nhớ rằng đường biểu diễn dịch chuyển chỉ khi có sự thay đổi trong một biến có liên quan mà không được thể hiện trên một trong hai trục. Giá nằm trên trục tung, do đó, giá thay đổi sẽ thể hiện sự di chuyển dọc theo đường cung. Ngược lại, vì giá đầu vào, công nghệ, kỳ vọng, và số lượng người bán không được đo lường trên hai trục, sự thay đổi của một trong những biến này sẽ làm cho đường cung dịch chuyển.

KIỂM TRA NHANH: *Hãy lấy một ví dụ về biểu cung hàng tháng về Pizza và vẽ đồ thị thể hiện đường cung này. Hãy lấy ví dụ và giải thích ngắn gọn về những thay đổi có thể làm dịch chuyển đường cung pizza • Liệu giá pizza thay đổi có làm dịch chuyển đường cung pizza không?*

SỰ KẾT HỢP CỦA CUNG VÀ CẦU

Sau khi phân tích cung và cầu một cách riêng lẻ, bây giờ chúng ta sẽ kết hợp chúng lại để xem chúng tác động tới giá bán và sản lượng của một loại hàng hóa trên thị trường như thế nào.

Cân bằng

Hình 8 cho thấy đường cung thị trường và đường cầu thị trường trên cùng một đồ thị. Lưu ý rằng có một điểm mà tại đó các đường cung và đường cầu giao nhau. Điểm này được gọi là **điểm cân bằng**[1] của thị trường. Mức giá tại giao điểm này được gọi là **giá cân bằng**[2], và mức sản lượng được gọi là **sản lượng cân bằng**[3]. Tại điểm này, giá cân bằng là 2 đô la một que kem, và lượng cân bằng là 7 que kem.

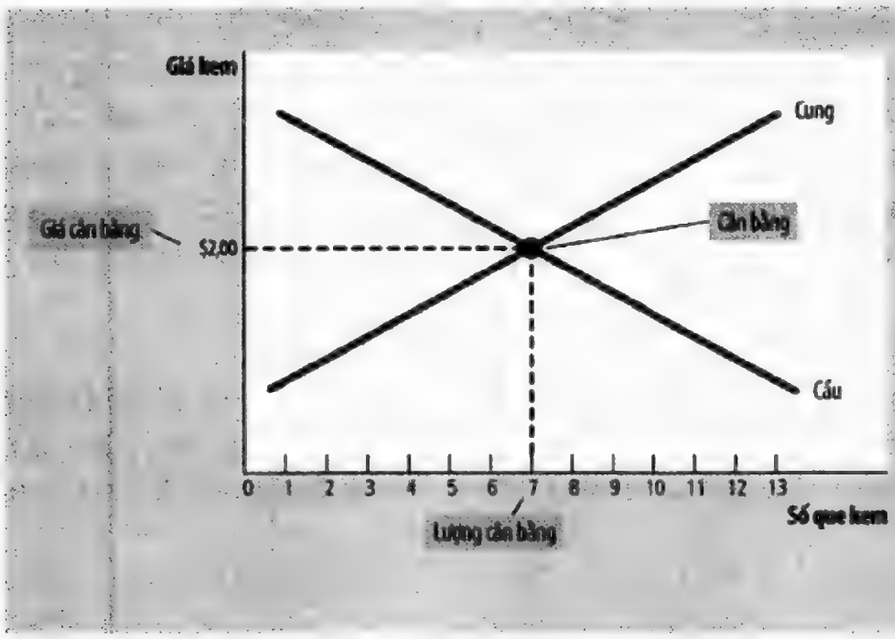
Từ điển định nghĩa từ cân bằng là một tình huống trong đó tổng các lực khác nhau là cân bằng và điều này cũng mô tả trạng thái cân bằng của thị trường. *Tại mức giá cân bằng, lượng hàng mà người mua sẵn lòng và có thể mua chính xác bằng lượng hàng mà người bán sẵn lòng và có thể bán.* Giá cân bằng đôi khi được gọi là giá thị trường bởi vì ở mức giá này, tất cả mọi người trên thị trường đều hài lòng: Người mua mua được tất cả hàng hóa họ muốn mua, và người bán cũng bán hết hàng họ muốn bán.

Hành động của người mua và người bán làm thị trường dịch chuyển một cách tự nhiên về phía điểm cân bằng của cung và cầu. Để thấy lý do tại sao, chúng ta hãy xem điều gì sẽ xảy ra khi giá thị trường khác với mức giá cân bằng.

Đầu tiên hãy giả sử giá thị trường cao hơn mức giá cân bằng, như trong Hình 9(a). Tại mức giá 2,5 đô la mỗi que kem, lượng cung (10 que) vượt quá lượng cầu

---

1. **Điểm cân bằng:** tình huống mà ở đó giá thị trường làm cho lượng cung bằng lượng cầu
2. **Giá cân bằng:** mức giá làm cân bằng lượng cung và lượng cầu.
3. **Sản lượng cân bằng:** lượng cung và lượng cầu tại mức giá cân bằng.



Hình 8
Cân bằng cung và cầu

Điểm cân bằng được tìm thấy tại nơi đường cung và đường cầu giao nhau. Tại mức giá cân bằng, lượng cung bằng lượng cầu. Tại đây giá cân bằng là 2 đô la: Với mức giá này, có 7 que kem được cung cấp, và 7 que kem được tiêu thụ.

(4 que). Như vậy có một sự **thặng dư**[1] sản phẩm này: Các nhà cung cấp không thể bán tất cả số que kem họ muốn bán với mức giá hiện tại. Sự dư thừa đôi khi được gọi là tình trạng *thừa cung*. Khi có một sự dư thừa trong thị trường kem, người bán kem nhận thấy trong tủ lạnh của họ đầy kem; họ muốn bán nhưng không thể bán được. Họ đối phó với tình huống thặng dư bằng cách cắt giảm giá bán. Giảm giá, theo đó, sẽ làm tăng lượng cầu và giảm lượng cung. Những thay đổi này thể hiện sự di chuyển dọc theo đường cung và đường cầu, nhưng không làm các đường này dịch chuyển. Mức giá tiếp tục giảm cho đến khi thị trường đạt mức cân bằng.

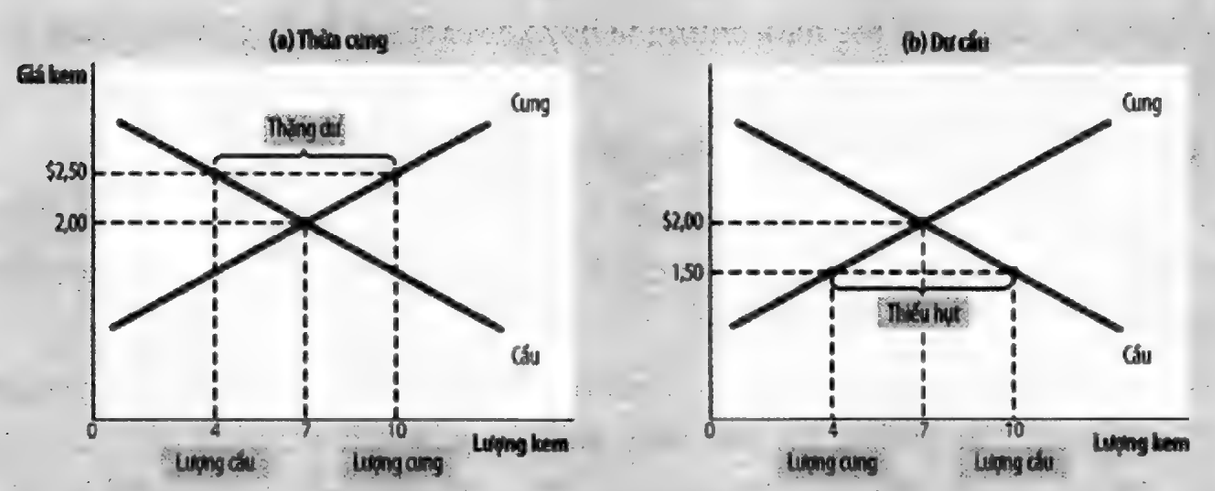
Bây giờ hãy giả sử giá thị trường thấp hơn giá cân bằng, như trong Hình 9(b). Trong trường hợp này, giá là 1,5 đô la mỗi que kem, và lượng cầu về mặt hàng này vượt quá lượng cung. Do đó gây ra sự **thiếu hụt**[2] hàng hóa: người có nhu cầu mua kem không thể mua tất cả lượng họ muốn với mức giá hiện hành. Sự thiếu hụt đôi khi còn được gọi là tình trạng *dư cầu*. Khi sự thiếu hụt xảy ra trong thị trường kem, người mua phải xếp hàng dài để có cơ hội mua một trong số ít kem hiện có. Với quá nhiều người mua trong khi lại có quá ít hàng hóa, người bán hàng có thể phản ứng lại sự thiếu hụt bằng cách tăng giá mà không bị mất doanh thu. Việc tăng giá làm giảm lượng cầu và tăng lượng cung. Một lần nữa, những thay đổi này thể hiện bằng sự di chuyển dọc theo đường cung và cầu, và chúng đưa thị trường đến trạng thái cân bằng.

Vì vậy, bất kể dù giá bắt đầu là quá cao hoặc quá thấp, hành động của nhiều người mua và người bán tự động đẩy giá thị trường về mức giá cân bằng. Một khi thị trường đạt đến trạng thái cân bằng, tất cả người mua và người bán đều hài lòng, và không còn áp lực tăng hay giảm giá. Việc thị trường đạt đến trạng thái cân bằng nhanh hay chậm tùy thuộc vào việc giá thay đổi nhanh hay chậm. Trong hầu hết các thị trường tự do, dư thừa và thiếu hụt chỉ là tạm thời vì cuối cùng giá

1. **Thặng dư**: tình huống theo đó lượng cung lớn hơn lượng cầu.
2. **Thiếu hụt**: tình huống mà trong đó lượng cầu cao hơn lượng cung.

Hình 9
Thị trường không cân bằng

Trong hình (a), có sự dư thừa. Bởi vì giá thị trường là 2,5 đô la, cao hơn mức giá cân bằng, lượng cung (10 que) vượt quá lượng cầu (4 que). Các nhà cung cấp cố gắng gia tăng bán hàng bằng cách cắt giảm giá, và điều này khiến giá tiến tới mức cân bằng. Trong hình (b), có sự thiếu hụt. Bởi vì giá thị trường là 1,5 đô la, thấp hơn giá cân bằng, lượng cầu (10 que) vượt quá lượng cung (4 que). Với quá nhiều người mua trong khi lại có quá ít hàng hóa, các nhà cung cấp có thể tận dụng lợi thế của sự thiếu hụt bằng cách tăng giá. Do đó, trong cả hai trường hợp, việc điều chỉnh giá đưa thị trường hướng tới sự cân bằng giữa cung và cầu.



cũng tiến tới mức cân bằng của nó. Thực ra, hiện tượng này phổ biến tới mức nó được gọi là **quy luật cung và cầu**[1]: Giá của các loại hàng hóa sẽ tự điều chỉnh để cân bằng lượng cung và lượng cầu của nó.

Ba bước phân tích sự thay đổi của trạng thái cân bằng

Như vậy chúng ta đã thấy được việc cung và cầu cùng nhau xác lập trạng thái cân bằng thị trường như thế nào, điểm này, đến lượt nó, giúp xác định mức giá và mức sản lượng của hàng hóa mà khách hàng mua và người bán hàng sản xuất. Giá và lượng cân bằng phụ thuộc vào vị trí của đường cung và đường cầu. Khi một số sự kiện làm thay đổi một trong các đường cung hay cầu, sự cân bằng trên thị trường cũng thay đổi, và điều này dẫn đến một mức giá và sản lượng cân bằng mới.

Khi phân tích cách thức các sự kiện tác động đến trạng thái cân bằng trong một thị trường, chúng ta tiến hành theo ba bước. Đầu tiên, chúng ta quyết định xem liệu sự kiện này có làm dịch chuyển đường cung, đường cầu, hay trong một số trường hợp, làm dịch chuyển cả hai đường hay không. Thứ hai, chúng ta cần xác định xem đường đó dịch chuyển sang bên phải hay bên trái. Thứ ba, chúng ta sử dụng đồ thị cung và cầu để so sánh trạng thái cân bằng ban đầu và trạng thái cân bằng mới, để biết được sự thay đổi đó đã tác động tới mức giá cân bằng và lượng cân bằng như thế nào. Bảng 3 sẽ tóm tắt ba bước này. Để thấy công thức

1. **Quy luật cung và cầu**: phát biểu cho rằng giá của một hàng hóa sẽ điều chỉnh sao cho lượng cầu và lượng cung bằng nhau

Bảng 3
Ba bước phân tích sự thay đổi trong trạng thái cân bằng

1. Xác định sự kiện làm dịch chuyển đường cung/cầu hay cả hai
2. Xác định các đường dịch chuyển sang trái hay phải
3. Dùng đồ thị cung cầu để xem sự thay đổi mức giá và sản lượng cân bằng

này được sử dụng như thế nào, chúng ta hãy xem xét các sự kiện khác nhau có thể ảnh hưởng đến thị trường kem.

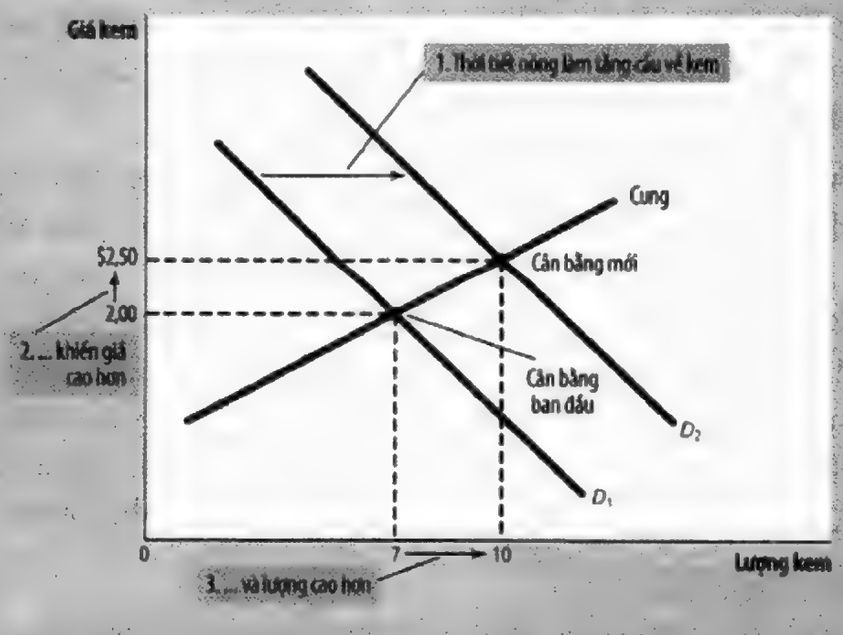
Ví dụ: Thay đổi cân bằng thị trường do sự dịch chuyển của cầu

Giả sử rằng vào một mùa hè thời tiết rất nóng. Sự kiện này ảnh hưởng đến thị trường kem như thế nào? Để trả lời câu hỏi này, chúng ta tiến hành theo ba bước nêu trên.

1. Thời tiết nóng tác động vào cầu do thay đổi sở thích của người tiêu dùng về kem. Tức là thời tiết làm thay đổi lượng kem mà mọi người muốn mua tại bất kỳ giá nào. Đường cung là không thay đổi bởi vì thời tiết không ảnh hưởng trực tiếp đến doanh nghiệp bán kem.
2. Vì thời tiết nóng khiến mọi người muốn dùng nhiều kem, cầu về kem dịch chuyển sang phải. Hình 10 cho thấy sự gia tăng cầu bằng sự dịch chuyển đường cầu từ D_1 đến D_2. Sự thay đổi này cho thấy lượng cầu về kem cao hơn ở mỗi mức giá.
3. Tại mức giá ban đầu 2 đô la, lúc này xuất hiện thiếu hụt, và sự thiếu hụt này khiến doanh nghiệp tăng giá. Như Hình 10 cho thấy, sự gia tăng cầu làm tăng giá cân bằng từ 2 đô la đến 2,5 đô la và lượng cân bằng từ 7 đến 10 que kem. Nói cách khác, thời tiết nóng làm tăng giá của kem và số lượng kem bán ra.

Hình 10
Tác động của sự gia tăng cầu tới trạng thái cân bằng

Một sự kiện làm tăng lượng cầu tại bất cứ giá nào sẽ làm dịch chuyển đường cầu sang phải. Giá và sản lượng cân bằng cùng tăng. Một mùa hè nóng bất thường khiến người tiêu dùng muốn mua nhiều kem hơn. Đường cầu dịch chuyển từ D_1 đến D_2, mức giá cân bằng tăng từ 2 đô la lên 2,5 đô la và sản lượng cân bằng tăng từ 7 lên 10 que kem.



Dịch chuyển và di chuyển dọc theo đường cung/cầu Chú ý rằng khi thời tiết nóng làm tăng cầu đối với kem và làm kem tăng giá, lượng kem mà các công ty cung cấp tăng lên, mặc dù đường cung vẫn là không đổi. Trong trường hợp này, nhà kinh tế nói rằng đã có sự gia tăng '*lượng cung*' nhưng '*cung*' vẫn không thay đổi.

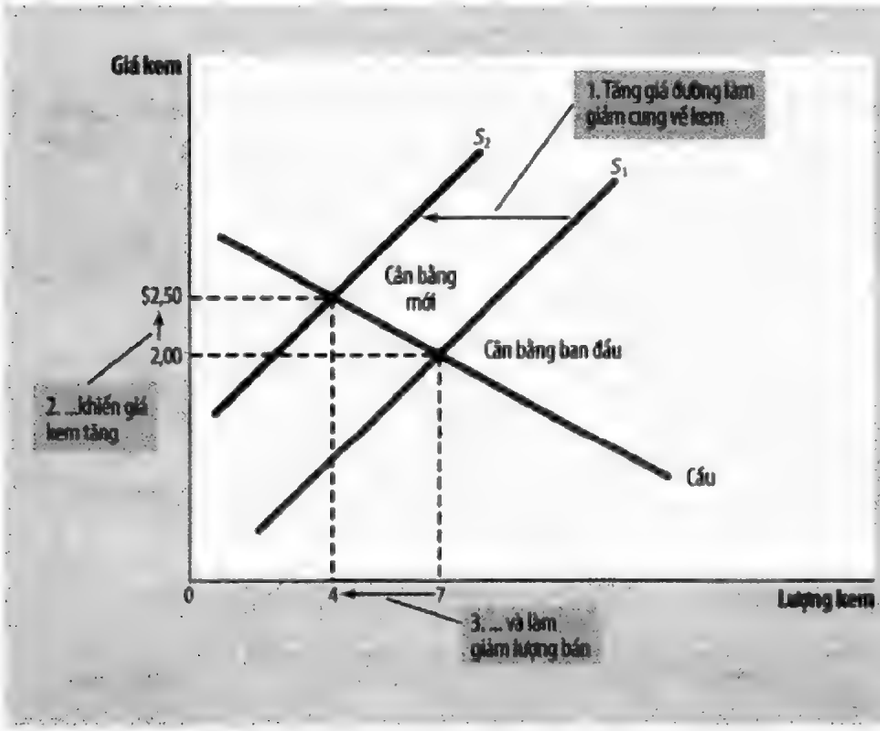
Cung đề cập đến vị trí của đường cung, trong khi đó *lượng cung* đề cập đến lượng hàng người bán muốn bán. Trong ví dụ này, cung không thay đổi bởi vì thời tiết không làm thay đổi lượng bán mong muốn của các công ty tại mỗi mức giá. Thay vào đó, thời tiết nóng làm thay đổi lượng mua mong muốn của người tiêu dùng tại mỗi mức giá và do đó dịch chuyển đường cầu sang phải. Sự gia tăng cầu làm cho giá cân bằng tăng. Khi giá tăng, lượng cung tăng. Sự gia tăng lượng cung được thể hiện bởi sự di chuyển dọc theo đường cung.

Tóm lại, sự dịch chuyển của đường cung được gọi là "sự thay đổi của cung" và sự dịch chuyển của đường cầu được gọi là "sự thay đổi của cầu". Trong khi đó, một sự di chuyển dọc theo đường cung/cầu được gọi là sự thay đổi lượng cung/cầu.

Ví dụ: Thay đổi trạng thái cân bằng thị trường do sự dịch chuyển của cung

Giả sử rằng trong một mùa hè khác, một cơn bão phá hủy một phần vụ mía và đẩy giá đường tăng lên. Sự kiện này tác động đến thị trường kem như thế nào? Một lần nữa, để trả lời câu hỏi này, chúng ta làm theo ba bước.

1. Giá đường thay đổi, một yếu tố đầu vào để làm kem, ảnh hưởng đến đường cung. Bằng cách làm chi phí sản xuất tăng lên, nó làm giảm lượng kem mà các công ty sản xuất và bán tại mỗi mức giá. Đường cầu không thay đổi vì chi phí đầu vào cao không trực tiếp ảnh hưởng đến sở thích dùng kem của người tiêu dùng.



Hình 11

Giảm cung ảnh hưởng đến cân bằng như thế nào

Một sự kiện làm giảm lượng cung tại bất cứ giá nào sẽ làm dịch chuyển đường cung về bên trái. Giá cân bằng tăng lên, và sản lượng cân bằng giảm xuống. Một sự gia tăng của giá đường (đầu vào) khiến người bán cung cấp kem ít hơn. Đường cung dịch chuyển từ S_1 đến S_2, giá cân bằng của kem tăng từ 2 đô la lên 2,5 đô la và lượng cân bằng giảm từ 7 xuống 4 que.

2. Đường cung dịch chuyển sang trái bởi vì, ở mọi mức giá, lượng kem mà các công ty sẵn lòng và có thể bán giảm xuống. Hình 11 minh họa việc giảm cung này bằng sự dịch chuyển của đường cung từ S_1 đến S_2.
3. Với mức giá cũ 2 đô la mỗi que kem, bây giờ đã xuất hiện thiếu hụt và sự thiếu hụt này giúp doanh nghiệp tăng giá. Như Hình 11 cho thấy, sự thay đổi trong đường cung làm tăng giá cân bằng từ 2 đô la lên 2,5 đô la và làm giảm lượng cân bằng từ 7 xuống 4 que. Kết quả là giá đường tăng lên, làm cho giá kem tăng, và lượng kem bán ra giảm xuống.

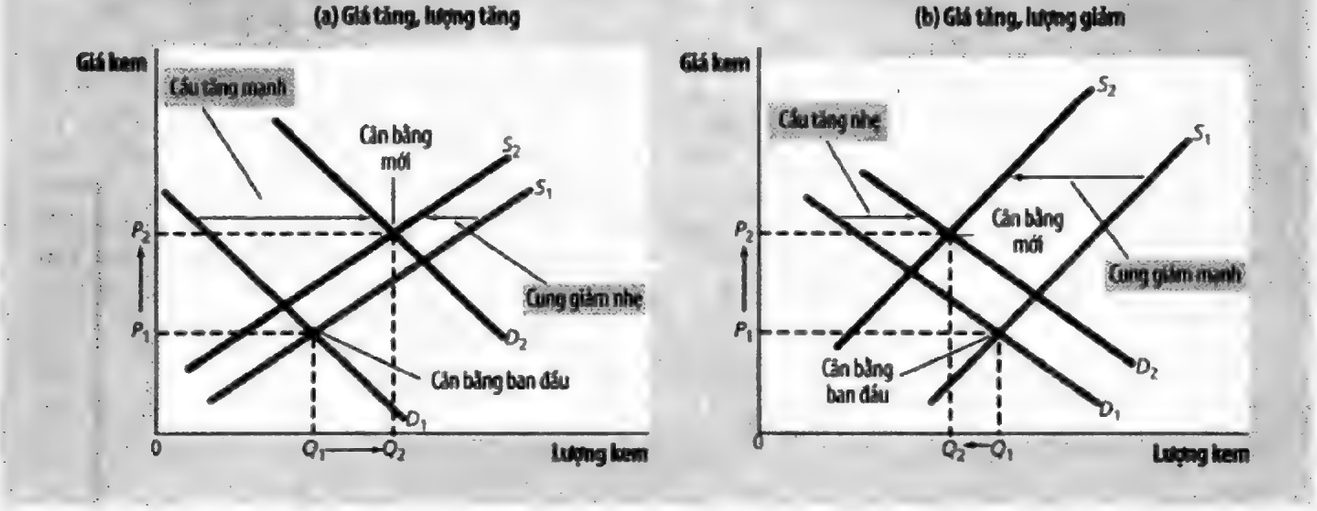
Ví dụ: Sự dịch chuyển của cả cung và cầu Bây giờ hãy giả sử một đợt nắng nóng và một cơn bão xảy ra trong mùa hè. Để phân tích sự kết hợp của những sự kiện này, chúng ta một lần nữa dùng ba bước phân tích.

1. Chúng ta xác định rằng cả hai đường cung và cầu đều dịch chuyển. Thời tiết nắng nóng tác động đến đường cầu bởi vì nó làm thay đổi lượng kem mà các hộ gia đình muốn mua tại mỗi mức giá. Đồng thời, khi cơn bão làm giá đường tăng lên, nó sẽ làm đường cung của kem dịch chuyển vì nó thay đổi lượng kem doanh nghiệp muốn bán tại mỗi mức giá.
2. Các đường dịch chuyển: đường cầu dịch chuyển sang phải và đường cung dịch chuyển sang trái. Hình 12 minh họa các dịch chuyển này.
3. Hình 12 cho thấy có hai khả năng xảy ra tùy thuộc vào mức độ dịch chuyển tương ứng của cung và cầu. Trong cả hai trường hợp, mức giá cân bằng tăng lên. Trong hình (a), cầu tăng đáng kể trong khi cung chỉ giảm xuống một ít, lượng cân bằng tăng lên. Ngược lại, trong hình (b), cung giảm đáng kể trong khi cầu tăng lên chỉ một ít, lượng cân bằng giảm. Do đó, những sự kiện này chắc chắn làm giá kem tăng lên, nhưng tác động của số lượng kem bán ra là không rõ ràng (có nghĩa là, nó có thể theo một trong hai cách).

Tóm tắt Như vậy chúng ta đã thấy ba ví dụ về cách sử dụng đường cung và đường cầu để phân tích sự thay đổi của trạng thái cân bằng. Bất cứ khi nào một sự kiện

Hình 12
Sự dịch chuyển của cả cung và cầu

Trong hình này chúng ta quan sát thấy sự gia tăng của cầu cũng đồng thời với sự giảm xuống của cung. Hai kết quả có thể xảy ra. Trong hình (a), mức giá cân bằng tăng từ P_1 đến P_2, và lượng cân bằng tăng từ Q_1 đến Q_2. Trong hình (b), mức giá cân bằng lại tăng từ P_1 đến P_2, nhưng lượng cân bằng giảm từ Q_1 đến Q_2.



	Cung không đổi	Cung tăng	Cung giảm
Cầu không đổi	P không đổi Q không đổi	P giảm Q tăng	P tăng Q giảm
Cầu tăng	P tăng Q tăng	P không rõ Q tăng	P tăng Q không rõ
Cầu giảm	P giảm Q giảm	P giảm Q không rõ	P không rõ Q giảm

Bảng 4

Điều gì xảy ra với giá và lượng khi cung hay cầu dịch chuyển

Như một bài kiểm tra nhanh, cần chắc chắn là bạn có thể giải thích ít nhất một số mục trong bảng này với sự trợ giúp của đồ thị cung và cầu.

làm dịch chuyển đường cung, đường cầu, hoặc cả hai đường, bạn đều có thể sử dụng những công cụ này để dự báo việc các sự kiện này làm thay đổi giá và lượng cân bằng như thế nào. Bảng 4 cho thấy các kết quả dự báo cho những sự kết hợp của sự thay đổi trong hai đường này. Để chắc chắn rằng bạn nắm được cách sử dụng các công cụ cung và cầu, hãy chọn một vài tình huống trong Bảng 4 và chắc chắn rằng bạn có thể giải thích được tại sao bảng này dự báo như vậy.

KIỂM TRA NHANH *Trên một đồ thị thích hợp, hãy chỉ ra điều gì xảy ra trên thị trường pizza nếu giá cà chua tăng. • Trên một đồ thị khác, hãy chỉ ra điều gì sẽ xảy ra khi giá hamburger giảm?*

KẾT LUẬN: GIÁ CẢ PHÂN BỔ CÁC NGUỒN LỰC NHƯ THẾ NÀO?

Chương này đã phân tích cung và cầu trong một thị trường đơn lẻ. Mặc dù thảo luận của chúng ta chỉ tập trung vào thị trường kem, các bài học rút ra từ đây áp dụng cho hầu hết các thị trường khác. Bất cứ khi nào bạn đến một cửa hàng để mua một vài thứ, bạn đang góp vào cầu đối với mặt hàng đó. Bất cứ khi nào bạn tìm kiếm một công việc, bạn đang góp phần vào nguồn cung dịch vụ lao động. Vì cung và cầu là những hiện tượng kinh tế phổ biến nên mô hình cung và cầu là một công cụ hữu hiệu cho các phân tích. Chúng ta sẽ sử dụng mô hình này nhiều lần trong các chương tiếp theo.

Một trong *Mười Nguyên lý của Kinh tế học* được thảo luận ở Chương 1 nhấn mạnh các thị trường thường là một cách hiệu quả để tổ chức các hoạt động kinh tế. Mặc dù vẫn còn quá sớm để đánh giá xem các kết cục của thị trường là tốt hay xấu, nhưng trong chương này chúng ta đã bắt đầu thấy được thị trường hoạt động như thế nào. Trong bất kỳ hệ thống kinh tế nào, nguồn lực khan hiếm phải được phân bổ cho các mục đích sử dụng khác nhau. Nền kinh tế thị trường kiểm soát các lực cung và cầu để phục vụ mục đích cuối cùng đó. Cung và cầu cùng nhau xác định giá của nhiều loại hàng hóa và dịch vụ khác nhau trong nền kinh tế, giá cả đến lượt nó là những tín hiệu giúp định hướng phân bổ các nguồn lực.

Ví dụ, hãy xem xét việc phân bổ đất gần bờ biển. Vì diện tích đất có hạn, không phải ai cũng có thể tận hưởng sự sang trọng của một cuộc sống bên bờ biển. Vậy ai sẽ được nguồn tài nguyên này? Câu trả lời là bất cứ ai sẵn sàng và có khả năng

THEO DÒNG THỜI SỰ ***Giá tăng sau thảm họa***

Trong một khoảng thời gian dài năm 2010, nhiều thị trấn xung quanh Boston không có nước máy sạch để sử dụng. Điều này làm tăng cầu đối với nước uống đóng chai, tạo áp lực lên giá cả. Trong khi một số nhà hoạch định chính sách lên án điều này, ý kiến sau đây tán thành với phản ứng tự nhiên của thị trường.

ĐIỀU GÌ SAI VỚI GIÁ CẮT CỔ

JEFF JACOBY

Không có nhiều thứ mà [Tổng chưởng lý] Martha Coakley có thể giải quyết được về vụ đường ống nước chính bị vỡ khiến hàng loạt thị trấn ở Great Boston không có nước sạch để sử dụng cuối tuần qua. Vì vậy, bà vẫn tỏ ra luôn bận rộn thay vì phải kêu gọi các nhà cung cấp không tăng giá của nước đóng chai mà lúc này đang có hàng chục ngàn người tiêu dùng đột nhiên muốn mua.

"Chúng tôi đã bắt đầu lắng nghe những báo cáo về mức giá cắt cổ của nước uống đóng chai" Coakley tuyên bố hôm chủ nhật.

"Các doanh nghiệp và cá nhân không thể và không nên tận dụng tình huống khẩn cấp này để "chặt chém" người tiêu dùng". Thanh tra đã được phái đi, "các cuộc kiểm tra theo từng điểm" đã được tiến hành, và "nếu chúng tôi phát hiện các doanh nghiệp tham gia vào việc bán giá cắt cổ," bà cảnh báo, "chúng tôi sẽ có hành động pháp lý thích hợp."

Thống đốc Deval Patrick cũng đã hành động. Ông ra lệnh cho Cơ quan Tiêu chuẩn của bang "giám sát chặt chẽ giá nước đóng chai" trong khu vực bị ảnh hưởng bởi tình trạng khẩn cấp về nước uống. "Sẽ không bao giờ có một cái cớ để trục lợi từ người tiêu dùng", ông nhấn mạnh, "đặc biệt là không vào những thời điểm như lúc này."

Sẽ không bao giờ thất bại. Ngay sau khi thiên tai tạo ra nhu cầu cấp thiết đối với các nguồn tài nguyên thiết yếu, người ta nhìn thấy các hệ thống hiệu quả đáng kinh ngạc trong việc kích thích các nhà cung cấp đẩy nhanh việc cung cấp các nguồn lực này cho những người cần chúng. Hệ thống đó là cơ chế giá thị trường tự do - biến động của giá do thay đổi cung và cầu

Khi nhu cầu về nước đóng chai tăng vọt, đó là một cách diễn đạt khác của việc nước đóng chai đã trở nên khan hiếm hơn, theo đó giá nước sẽ tăng lên một cách nhanh chóng. Mức giá tăng vọt này có thể khó chịu, nhưng việc không thể tìm thấy nước để mua còn khó chịu hơn. Sự gia tăng của giá giúp giữ các nguồn lực khan hiếm không bị biến mất, đồng thời làm gia tăng trong các nguồn cung bất thường vào ngày mai.

Người ta dễ dàng lên án các nhà cung cấp, những người đứng đằng sau sự tăng giá trên thị trường sau một thảm họa. "Đục nước béo cò" – Tờ USA Today đã chạy tít trên trang nhất câu chuyện về sự tăng vọt của giá cả sau cơn bão Charley ở Florida vào năm 2004. Ít nhất Coakley đã không gọi bất cứ ai là "Cò", nhưng văn phòng của bà đã dành riêng một đường dây nóng và hướng những dư luận vào "những kẻ bán giá cắt cổ."

Dù vậy, trước khi lên án hãy thử nghĩ xem ai là người thực sự phục vụ lợi ích cộng đồng? Người bán giá cắt cổ khi có khủng hoảng hay người từ chối bán giá cao?

Một phép thử giả định: vỡ đường ống nước chính, nước máy không uống được, và người tiêu dùng đổ xô mua nước đóng chai từ hai người bán duy nhất. Người bán A không muốn mất lòng thống đốc và các luật sư nên chấp nhận bán nước uống với giá không đổi là 69 xu một chai. Người bán B, quan tâm đến kinh doanh hơn là việc làm hài lòng các chính trị gia, đã tăng giá hơn gấp 4 lần đến mức 2,99 đô la.

Bạn không cần tới sách giáo khoa kinh tế để biết điều gì xảy ra tiếp theo.

Mọi người sẽ lũ lượt đổ về mua hàng của người A, với giá 69 xu. Trong vòng vài giờ toàn bộ hàng đã được bán sạch, và những khách hàng tiếp theo phải quay về tay không. Trái lại, người bán hàng B bán nước chậm hơn và phải nhận rất nhiều phàn nàn về mức giá cao. Nhưng ngay cả khách hàng đến trễ cũng có thể mua được lượng nước họ cần và gần như không ai mua nhiều hơn mức họ thực sự cần.

chi trả. Giá đất bên bờ biển được điều chỉnh cho đến khi lượng cầu về đất đúng bằng lượng cung. Như vậy, trong nền kinh tế thị trường, giá cả là cơ chế phân bổ các nguồn lực khan hiếm.

Tương tự, giá cả cũng xác định ai sản xuất cái gì và sản xuất bao nhiêu . Ví dụ, hãy xem xét công việc ở các trang trại. Vì chúng ta cần thực phẩm để tồn tại, ai sẽ làm nông là một câu hỏi rất quan trọng. Điều gì sẽ quyết định ai là nông dân, còn ai thì không. Trong một xã hội tự do, không có cơ quan lập kế hoạch của chính phủ để quyết định điều này và đảm bảo việc cung cấp thực phẩm một cách đầy đủ. Thay vào đó, việc phân bổ công nhân ở các trang trại dựa trên quyết định công việc của hàng triệu người lao động. Hệ thống phân cấp này hoạt động hiệu quả bởi vì những quyết định này phụ thuộc vào giá cả. Giá thực phẩm và tiền lương của những người làm việc ở các nông trại (giá lao động của họ) điều chỉnh để bảo đảm đủ số lượng người làm nông.

Nếu một người chưa bao giờ thấy một nền kinh tế thị trường trên thực tế, toàn bộ ý tưởng có vẻ phi lý. Nền kinh tế bao gồm các nhóm rất lớn những người tham gia vào vô số các hoạt động phụ thuộc lẫn nhau. Điều gì làm cho việc ra quyết định phi tập trung không bị rơi vào hỗn loạn? Điều gì phối hợp hành động của hàng triệu người có khả năng và mong muốn khác nhau? Có gì đảm bảo rằng những gì cần phải được làm sẽ được thực hiện trên thực tế? Câu trả lời nằm trong một từ, đó là giá cả. Nếu một bàn tay vô hình dẫn dắt nền kinh tế thị trường, như tuyên bố nổi tiếng của Adam Smith, thì hệ thống giá cả là chiếc đũa mà bàn tay vô hình sử dụng để điều khiển các dàn nhạc kinh tế.

TÓM TẮT

- Các nhà kinh tế học sử dụng mô hình cung và cầu để phân tích các thị trường cạnh tranh. Trong một thị trường cạnh tranh, có nhiều người mua và người bán, mỗi người có rất ít hoặc không có ảnh hưởng đến giá thị trường.

Khi nhu cầu trở nên cấp thiết, giá cả sẽ tăng lên. Và khi giá tăng, nhà cung cấp làm việc chăm chỉ hơn để đáp ứng nhu cầu. Câu chuyện tương tự của Globe được đăng tải ngày hôm qua về tuyên bố của Coakley về "giá cắt cổ" cũng viết về lộ trình mà những người bán nước đóng chai và các nhà bán lẻ đang đi để bán được nhiều nước hơn cho người tiêu dùng.

Phóng viên Erin Ailworth viết "Các nhà cung cấp làm thêm giờ, tăng cường sản xuất tại khu vực đóng chai, và phối hợp với nhau để giao hàng". Ví dụ, nhà máy nước giải khát Polar ở Worcester "đã vét sạch nhà máy ở thành phố này trong đêm qua và phải chuyển thêm nước từ cơ sở của mình ở New York."

Giá cả tăng lên một cách tự do không phải là cách duy nhất để giải quyết sự thiếu hụt đột ngột. Sự điều chỉnh của chính phủ là một lựa chọn khác, và do đó cần kiểm soát giá – giả sử bạn không phản đối những điều hiển nhiên như tham nhũng, xếp hàng dài, và thị trường chợ đen. Tốt hơn hết hãy để cho giá cả tự do tăng và giảm. Đó không phải là "cắt cổ", mà là biện pháp tốt nhất để phân bổ hàng hóa và dịch vụ cho mọi người.

- Đường cầu cho thấy lượng cầu của một hàng hóa phụ thuộc vào giá bán như thế nào. Theo quy luật cầu, khi giá của một hàng hóa giảm, lượng cầu sẽ tăng lên. Vì vậy, đường cầu dốc xuống.
- Ngoài giá cả, các yếu tố khác ảnh hưởng đến lượng mua của người tiêu dùng còn bao gồm thu nhập, giá cả của các sản phẩm thay thế và bổ sung, sở thích, kỳ vọng, và số lượng người mua. Nếu một trong những yếu tố này thay đổi, đường cầu sẽ dịch chuyển.
- Ngoài giá cả, các yếu tố khác quyết định mức sản lượng mà nhà sản xuất muốn bán còn bao gồm giá các nhập lượng đầu vào, công nghệ, kỳ vọng, và số lượng người bán. Nếu một trong những yếu tố này thay đổi, đường cung sẽ dịch chuyển.
- Giao điểm của đường cung và đường cầu quyết định điểm cân bằng thị trường. Tại mức giá cân bằng, lượng cầu bằng lượng cung.
- Hành vi của người mua và người bán hướng thị trường tới trạng thái cân bằng một cách tự nhiên. Khi giá thị trường cao hơn mức giá cân bằng, sẽ có sự dư thừa hàng hóa, khiến cho giá thị trường giảm. Khi giá thị trường thấp hơn giá cân bằng, sẽ có sự thiếu hụt, khiến giá thị trường tăng.
- Để phân tích các sự kiện ảnh hưởng đến thị trường, chúng ta sử dụng đồ thị cung và cầu để đánh giá xem sự kiện đó tác động đến giá cân bằng và lượng cân bằng như thế nào. Để thực hiện điều này, chúng ta làm theo ba bước. Đầu tiên, chúng ta cần quyết định xem sự kiện này làm dịch chuyển đường cung hay đường cầu (hay cả hai). Thứ hai, chúng ta xác định xem những đường này dịch chuyển theo hướng nào. Thứ ba, chúng ta so sánh trạng thái cân bằng mới với trạng thái cân bằng ban đầu.
- Trong nền kinh tế thị trường, giá cả là tín hiệu hướng dẫn các quyết định kinh tế và do đó phân bổ các nguồn lực khan hiếm. Đối với các loại hàng hóa trong nền kinh tế, giá cả đảm bảo sự cân bằng giữa cung và cầu. Giá cân bằng sau đó giúp xác định người mua sẽ mua bao nhiêu và người bán sẽ sản xuất bao nhiêu.

KHÁI NIỆM THEN CHỐT

Thị trường	market
Thị trường cạnh tranh	competitive market
Lượng cầu	quantitive demanded
Quy luật cầu	law of demand
Biểu cầu	demand schedule
Đường cầu	demand curve
Hàng hóa thông thường	normal good
Hàng hóa thứ cấp	inferior good
Hàng hóa thay thế	substitutes
Hàng hóa bổ sung	complements

Lượng cung	quantity supplied
Quy luật cung	law of supply
Biểu cung	supply schedule
Đường cung	supply curve
Trạng thái cân bằng	equilibrium
Giá cân bằng	equilibrium price
Lượng cân bằng	equilibrium quantity
Thặng dư	surplus
Thiếu hụt	shortage
Quy luật cung và cầu	law of supply and demand

CÂU HỎI ÔN TẬP

1. Thị trường cạnh tranh là gì? Mô tả ngắn gọn một thị trường không cạnh tranh hoàn hảo?
2. Biểu cầu và đường cầu là gì? Chúng có mối liên hệ với nhau như thế nào? Tại sao đường cầu dốc xuống?
3. Sự thay đổi thị hiếu của người tiêu dùng sẽ dẫn đến sự di chuyển dọc theo đường cầu hay sự dịch chuyển của đường cầu? Sự thay đổi giá dẫn đến sự di chuyển dọc theo đường cầu hay sự dịch chuyển của đường cầu?
4. Thu nhập của Susan tăng. Kết quả là cô ít ăn trưa tại nhà ăn ở trường hơn. Vậy, bữa trưa tại nhà ăn của trường là hàng hóa thông thường hay hàng hóa thứ cấp? Điều gì xảy ra với cầu của Susan về suất ăn trưa tại trường khi thu nhập của cô tăng?
5. Biểu cầu và biểu cung là gì, chúng có mối quan hệ với nhau như thế nào? Tại sao đường cung dốc lên?
6. Sự thay đổi công nghệ sản xuất dẫn đến sự di chuyển dọc theo đường cung hay sự dịch chuyển của đường cung? Sự thay đổi giá dẫn đến sự di chuyển dọc theo đường cung hay sự dịch chuyển của đường cung?
7. Hãy định nghĩa trạng thái cân bằng của thị trường. Mô tả các yếu tố giúp thị trường hướng tới trạng thái cân bằng của nó.
8. Bia và pizza là hai hàng hóa bổ sung bởi vì chúng thường được dùng chung với nhau. Khi giá bia tăng lên, điều gì xảy ra với cung, cầu, lượng cung, lượng cầu và giá trên thị trường pizza?
9. Mô tả vai trò của giá cả trong nền kinh tế thị trường.

BÀI TẬP VÀ ỨNG DỤNG

1. Giải thích mỗi câu sau đây bằng cách sử dụng đồ thị cung và cầu.

a. "Khi một đợt không khí lạnh tràn vào Florida, giá nước cam trong các siêu thị trên khắp Hoa Kỳ tăng lên."

b. "Khi thời tiết ấm dần lên ở New England vào mùa hè, giá phòng khách sạn trong các khu nghỉ dưỡng ở Caribbean giảm xuống."

c. "Khi chiến tranh nổ ra ở Trung Đông, giá xăng tăng, và giá của xe Cadillac cũ giảm."

2. Đối với mỗi sự kiện sau đây, diễn tả bằng lời điều gì sẽ xảy ra với cung, cầu, lượng cung và lượng cầu trên thị trường ô tô mới.

a. Công nhân ô tô ở Hoa Kỳ được tăng lương lên rất nhiều.

b. Một công nghệ robot mới được giới thiệu trong các nhà máy.

c. Chính phủ trợ giá đáng kể cho vé xe buýt, làm cho giá xe buýt giảm đi rất nhiều.

d. Thu nhập thực tăng và ô tô là một hàng hóa thông thường.

3. Xem xét thị trường xe tải nhỏ. Đối với mỗi sự kiện được liệt kê ở đây, hãy xác định xem yếu tố của cầu hay cung bị ảnh hưởng. Đồng thời, hãy cho biết cầu và cung tăng hay giảm. Sau đó hãy vẽ một đồ thị thể hiện các tác động lên giá bán và sản lượng xe tải nhỏ.

a. Người dân quyết định có thêm con.

b. Một cuộc đình công của công nhân sản xuất thép làm giá thép tăng.

c. Các kỹ sư phát triển một loại máy tự động mới để sản xuất xe tải nhỏ.

d. Giá xe thể thao tăng lên.

e. Một vụ sụp đổ thị trường chứng khoán làm giảm sự giàu có của người dân.

4. Xem xét các thị trường đĩa DVD, tivi, và vé tại rạp chiếu phim.

a. Hãy xác định các cặp sau đây là hàng bổ sung hay thay thế:

- Đĩa DVD và tivi
- Đĩa DVD và vé xem phim
- Tivi và vé xem phim

b. Giả sử một tiến bộ công nghệ làm giảm chi phí sản xuất tivi. Hãy vẽ một đồ thị thể hiện điều gì sẽ xảy ra trên thị trường tivi.

c. Vẽ thêm hai đồ thị thể hiện sự thay đổi trong thị trường tivi ảnh hưởng đến thị trường đĩa DVD và vé xem phim như thế nào.

5. Trong 30 năm qua, tiến bộ công nghệ đã làm giảm chi phí sản xuất chip máy tính. Theo bạn, điều này đã tác động đến thị trường máy tính như thế nào? Tác động đến thị trường phần mềm máy tính và thị trường máy đánh chữ như thế nào?

6. Sử dụng đồ thị cung và cầu để chỉ ra tác động của các sự kiện sau đây trên thị trường áo thun.

a. Một cơn bão ở South Carolina gây ra thiệt hại cho vụ bông.

b. Giá áo khoác da giảm.

c. Tất cả các trường đại học yêu cầu sinh viên tập thể dục buổi sáng với trang phục phù hợp.

d. Máy dệt kim mới được phát minh.

7. Một cuộc khảo sát cho thấy sự gia tăng sử dụng ma túy trong thanh thiếu niên. Trong một cuộc tranh luận sau đó, hai giả thuyết được đề xuất:
   - Những nỗ lực của cảnh sát giảm xuống đã làm tăng sự hiện hữu của ma túy trên đường phố.
   - Sự cắt giảm những nỗ lực giáo dục đã làm giảm nhận thức về sự nguy hiểm của ma túy.

   a. Sử dụng sơ đồ cung và cầu để chỉ ra mỗi giả thuyết trên có thể dẫn đến sự gia tăng trong số lượng ma túy tiêu thụ như thế nào.

   b. Bằng cách nào mà thông tin về những gì đã xảy ra với giá của ma túy có thể giúp chúng ta phân biệt được những giả thuyết này?

8. Điều gì sẽ xảy ra trên thị trường máy tính cá nhân nếu giá của các chip máy tính giảm và giá bán lẻ phần mềm tăng?

9. Sốt cà chua là một loại hàng hóa bổ sung (đồng thời cũng là gia vị) cho món xúc xích. Nếu giá bánh mì kẹp xúc xích tăng, điều gì sẽ xảy ra với thị trường nước sốt cà chua? Đối với thị trường cà chua? Đối với thị trường nước ép cà chua? Đối với thị trường nước cam?

10. Thị trường bánh pizza có biểu cầu và biểu cung như sau:

Giá	Lượng cầu	Lượng cung
$ 4	135 chiếc	26 chiếc
5	104	53
6	81	81
7	68	98
8	53	110
9	39	121

   a. Hãy vẽ đồ thị đường cầu và đường cung. Giá và lượng cân bằng trong thị trường này là bao nhiêu?

   b. Nếu giá thực tế trên thị trường này là cao hơn mức giá cân bằng, điều gì sẽ làm cho thị trường tiến tới cân bằng?

   c. Nếu giá thực tế trên thị trường này là thấp hơn giá cân bằng, điều gì sẽ làm cho thị trường tiến tới cân bằng?

11. Hãy xem xét các sự kiện sau đây: Các nhà khoa học cho biết ăn cam làm giảm nguy cơ bệnh tiểu đường, và cùng lúc đó, nông dân sử dụng một loại phân bón mới giúp trồng cam năng suất cao hơn. Hãy minh họa và giải thích những thay đổi này có tác động gì tới giá và sản lượng cân bằng của cam.

12. Vì bánh mì và pho mát kem thường được ăn cùng nhau, chúng là hàng hóa bổ sung.

a. Chúng ta nhận thấy rằng mức giá cân bằng pho mát kem và lượng cân bằng của bánh mì tròn cùng tăng. Đâu là nguyên nhân của hiện tượng trên: giá bột mì giảm hay giá sữa giảm? Hãy minh họa và giải thích cho câu trả lời của bạn.

b. Nhưng giả sử mức giá cân bằng pho mát kem tăng nhưng lượng cân bằng của bánh mì tròn giảm. Đâu là nguyên nhân của hiện tượng trên: giá bột mì tăng hay giá sữa tăng? Hãy minh họa và giải thích cho câu trả lời của bạn.

13. Giả sử rằng giá vé bóng rổ tại trường đại học của bạn được xác định bởi các yếu tố thị trường. Hiện nay, cung và cầu như sau:

Giá	Lượng cầu	Lượng cung
$4	10.000 vé	8.000 vé
8	8.000	8.000
12	6.000	8.000
16	4.000	8.000
20	2.000	8.000

a. Hãy vẽ đường cầu và đường cung. Điều gì bất thường với đường cung này? Tại sao điều này có thể xảy ra trên thực tế?

b. Giá và lượng vé cân bằng là bao nhiêu?

c. Trường đại học của bạn có kế hoạch tăng tổng số sinh viên trong năm tới thêm 5.000 sinh viên. Các sinh viên mới có biểu cầu sau đây:

Giá	Lượng cầu
$4	4.000 vé
8	3.000
12	2.000
16	1.000
20	0

Bây giờ hãy cộng cả hai biểu cầu cũ và mới để xác định biểu cầu cho toàn bộ sinh viên. Giá và lượng cân bằng mới là bao nhiêu?

14. Nghiên cứu thị trường cho biết các thông tin sau về thị trường kẹo chocolate như sau: Biểu cầu có thể được thể hiện bởi phương trình $Q^D = 1.600 - 300P$, trong đó Q^D là lượng cầu và P là giá bán. Biểu cung có thể được thể hiện bởi phương trình $Q^S = 1.400 + 700P$, trong đó Q^S là lượng cung. Hãy tính mức giá và lượng cân bằng trên thị trường kẹo chocolate.

Để biết thêm thông tin về chủ đề của chương này, hãy ghé thăm website của chúng tôi tại *www.cengage.com/international* để xem thêm bài tập, ứng dụng, ví dụ, các bài kiểm tra trực tuyến và các nội dung khác.

5

ĐỘ CO GIÃN VÀ ỨNG DỤNG

Giả sử có một sự kiện làm tăng giá xăng tại Hoa Kỳ. Sự kiện đó có thể là một cuộc chiến tranh ở Trung Đông làm gián đoạn nguồn cung cấp dầu thế giới, hoặc kinh tế Trung Quốc bùng nổ làm tăng nhu cầu về dầu trên thế giới, hoặc một loại thuế xăng dầu mới được Quốc hội thông qua. Người tiêu dùng sẽ phản ứng như thế nào khi mức giá cao hơn?

Nhìn chung, câu hỏi này không khó trả lời: Người tiêu dùng sẽ mua ít hơn. Đây đơn giản là quy luật cầu chúng ta đã tìm hiểu ở chương trước. Nhưng có lẽ bạn muốn có một câu trả lời cụ thể hơn. Mức tiêu thụ xăng giảm bao nhiêu? Câu hỏi này có thể được trả lời bằng cách sử dụng khái niệm độ co giãn mà chúng ta sẽ phát triển trong chương này.

Độ co giãn đo lường phản ứng của người mua và người bán trước những thay đổi của các điều kiện thị trường. Khi nghiên cứu một số sự kiện hoặc chính sách ảnh hưởng đến thị trường như thế nào, chúng ta không chỉ thảo luận về xu hướng của tác động mà còn quan tâm đến mức độ của chúng. Độ co giãn rất hữu ích trong nhiều ứng dụng, như chúng ta sẽ thấy ở phần cuối của chương này.

Tuy nhiên, trước khi đi tiếp, có thể bạn đang tò mò về câu trả lời cho câu hỏi về xăng. Nhiều nghiên cứu đã xem xét phản ứng của người tiêu dùng với giá xăng, và họ thấy rằng lượng cầu thay đổi nhiều hơn trong dài hạn so với ngắn hạn. Giá xăng tăng 10 phần trăm làm giảm lượng xăng tiêu thụ khoảng 2,5 phần trăm sau một năm và khoảng 6 phần trăm sau năm năm. Một trong những lý do của sự giảm xuống của lượng cầu trong dài hạn là do mọi người lái xe ít hơn, ngoài ra còn do họ chuyển sang các loại ô tô tiết kiệm nhiên liệu hơn. Cả hai phản ứng này được phản ánh thông qua các đường cầu và độ co giãn của nó.

ĐỘ CO GIÃN CỦA CẦU

Khi giới thiệu về cầu trong Chương 4, chúng ta đã thấy người tiêu dùng thường mua nhiều hơn một hàng hóa khi giá của nó thấp hơn, khi thu nhập của họ cao hơn, khi giá sản phẩm thay thế cao hơn, hoặc khi giá sản phẩm bổ sung thấp hơn. Nhưng thảo luận về cầu của chúng ta chỉ mang tính định tính, không phải là định

lượng. Nói cách khác, chúng ta đã thảo luận về xu hướng lượng cầu thay đổi chứ không phải là mức độ của sự thay đổi. Để đo lường người tiêu dùng phản ứng bao nhiêu trước những thay đổi của các biến này, các nhà kinh tế học sử dụng khái niệm **độ co giãn**[1].

Độ co giãn của cầu theo giá và các nhân tố ảnh hưởng

Quy luật cầu cho rằng việc giảm giá của một hàng hóa sẽ làm tăng lượng cầu. **Độ co giãn theo giá**[2] đo lường mức độ thay đổi của lượng cầu trước sự thay đổi của giá. Cầu về một hàng hóa được cho là co giãn nếu lượng cầu thay đổi đáng kể khi giá thay đổi. Cầu được cho là không co giãn nếu lượng cầu thay đổi không đáng kể khi giá thay đổi.

Độ co giãn của cầu theo giá đo lường người tiêu dùng sẽ mua ít hàng hóa hơn bao nhiêu khi giá của hàng hóa đó tăng lên. Vì đường cầu phản ánh nhiều yếu tố kinh tế, xã hội và tâm lý, là những lực lượng định hình nên sở thích của người tiêu dùng, không có một quy tắc đơn giản và chung cho yếu tố giúp xác định độ co giãn của đường cầu. Tuy nhiên dựa trên kinh nghiệm, chúng ta có thể nêu ra một số quy tắc hữu ích về những yếu tố ảnh hưởng đến độ co giãn của cầu theo giá.

Sự sẵn có của các hàng hóa thay thế gần gũi Các loại hàng hóa có nhiều hàng hóa thay thế gần gũi sẽ có cầu co giãn hơn bởi vì người tiêu dùng sẽ dễ dàng chuyển từ sản phẩm này sang sản phẩm khác hơn. Ví dụ, bơ và bơ thực vật có thể dễ dàng thay thế cho nhau. Một sự thay đổi nhỏ của giá bơ, giả sử giá của bơ thực vật được giữ cố định, sẽ làm cho lượng tiêu thụ bơ giảm rất nhiều. Ngược lại, bởi vì trứng là một thực phẩm không có các sản phẩm thay thế tương tự, cầu về trứng ít co giãn hơn so với cầu về bơ.

Hàng hóa thiết yếu và hàng hóa xa xỉ Cầu của hàng thiết yếu có xu hướng không co giãn, trong khi đó hàng xa xỉ có cầu co giãn. Khi giá của một lần đi khám bệnh tăng, số lần đi khám bệnh của mọi người sẽ không giảm đi đáng kể, có thể là ít thường xuyên hơn một chút. Ngược lại, khi giá thuyền buồm tăng lên, lượng cầu thuyền buồm sẽ giảm đi đáng kể. Lý do là bởi vì hầu hết mọi người xem việc đi khám bệnh là một điều cần thiết, còn thuyền buồm là một loại hàng hóa xa xỉ. Một hàng hóa là thiết yếu hoặc xa xỉ không phụ thuộc vào các tính chất nội tại của nó mà phụ thuộc vào sở thích của người mua. Với những người đam mê thuyền buồm và ít lo ngại về sức khỏe của họ, thuyền buồm có thể là một hàng hóa thiết yếu với cầu không co giãn và đi khám bệnh là một hàng hóa xa xỉ với cầu co giãn.

Định nghĩa thị trường Độ co giãn của cầu trong một thị trường phụ thuộc vào cách chúng ta xác định ranh giới của thị trường. Thị trường theo nghĩa hẹp

---

1. **Độ co giãn**: số đo mức độ phản ứng của lượng cầu hoặc lượng cung đối với các yếu tố tác động đến nó.
2. **Độ co giãn cầu theo giá**: số đo cho biết lượng cầu của một hàng hóa thay đổi như thế nào ứng với sự thay đổi về giá của hàng hóa đó, được tính bằng phần trăm thay đổi trong lượng cầu chia cho phần trăm thay đổi về giá.

có cầu co giãn hơn cầu trên thị trường theo định nghĩa rộng bởi vì sẽ dễ tìm các loại sản phẩm thay thế tương tự cho các loại hàng hóa theo nghĩa hẹp hơn. Ví dụ, thực phẩm, một định nghĩa rất rộng, có cầu không co giãn bởi vì không có sản phẩm thay thế tương tự cho thực phẩm. Kem, một thị trường theo nghĩa hẹp hơn, có cầu co giãn bởi vì rất dễ dàng để thay thế kem bằng những món tráng miệng khác. Kem vani, một định nghĩa rất hẹp, có cầu co giãn rất lớn vì các loại kem có hương vị khác là sản phẩm thay thế gần như hoàn hảo cho kem vani.

Thời gian Cầu hàng hóa có xu hướng co giãn hơn trong dài hạn. Khi giá xăng tăng lên, lượng cầu xăng giảm xuống rất ít trong vài tháng đầu tiên. Tuy nhiên, theo thời gian, người tiêu dùng sẽ mua nhiều xe hơi tiết kiệm nhiên liệu, chuyển sang sử dụng giao thông công cộng, hoặc chuyển tới nơi gần chỗ làm hơn. Trong vòng vài năm, lượng cầu xăng giảm đáng kể.

Tính độ co giãn của cầu theo giá

Như vậy chúng ta đã thảo luận về độ co giãn của cầu theo giá với nghĩa tổng quát, bây giờ chúng ta hãy đo lường nó một cách chính xác hơn. Các nhà kinh tế học tính độ co giãn của cầu theo giá bằng cách lấy phần trăm thay đổi lượng cầu chia cho phần trăm thay đổi giá, như sau:

$$\text{Độ co giãn cầu theo giá} = \frac{\text{Phần trăm thay đổi lượng cầu}}{\text{Phần trăm thay đổi giá}}$$

Ví dụ, giả sử một sự gia tăng 10 phần trăm của giá kem làm cho số lượng kem bạn mua giảm 20 phần trăm. Độ co giãn cầu theo giá của bạn là:

$$\text{Độ co giãn của cầu theo giá} = 20\% / 10\% = 2$$

Trong ví dụ này, độ co giãn là 2, cho thấy sự thay đổi của lượng cầu lớn gấp đôi sự thay đổi của giá.

Vì lượng cầu của một loại hàng hóa quan hệ nghịch biến với giá của nó, phần trăm thay đổi về lượng sẽ luôn có dấu trái ngược với phần trăm thay đổi giá. Ở ví dụ trên, phần trăm thay đổi của giá là *dương* 10% (phản ánh sự tăng lên), và phần trăm thay đổi lượng cầu là *âm* 20% (phản ánh sự sụt giảm). Vì lý do này, độ co giãn của cầu theo giá đôi khi được viết dưới dạng là các số âm. Trong cuốn sách này, chúng ta thống nhất sẽ bỏ đi dấu trừ và thể hiện tất cả các độ co giãn của cầu theo giá bằng các số dương. (Toán học gọi đây là giá trị tuyệt đối). Với quy ước này, độ co giãn càng lớn có nghĩa là một phản ứng mạnh hơn của lượng cầu trước những thay đổi của giá cả.

Phương pháp trung điểm: Một cách tốt hơn để tính tỷ lệ phần trăm thay đổi và độ co giãn

Khi bạn tính độ co giãn của cầu theo giá giữa hai điểm trên đường cầu, bạn sẽ nhanh chóng nhận thấy có một vấn đề khá khó chịu: Độ co giãn từ điểm A đến điểm B có vẻ khác với độ co giãn từ điểm B đến điểm A. Ví dụ, hãy xem xét những số sau đây:

Điểm A: Giá = 4 đô la Lượng = 120

Điểm B: Giá = 6 đô la Lượng = 80

Từ điểm A đến điểm B, giá tăng 50 phần trăm, và lượng giảm 33 phần trăm, có nghĩa là độ co giãn của cầu theo giá là 33/50, hay 0,66. Ngược lại, từ điểm B đến điểm A, giá giảm 33 phần trăm, và sản lượng tăng lên 50 phần trăm, tức là độ co giãn bằng 50/33 hay 1,5. Sự chênh lệch phát sinh do tỷ lệ phần trăm thay đổi được tính từ các cơ sở khác nhau.

Một cách giải quyết vấn đề này là sử dụng *phương pháp trung điểm* để tính độ co giãn. Quy trình chuẩn để tính tỷ lệ phần trăm thay đổi là chia sự thay đổi cho mức độ ban đầu. Ngược lại, phương pháp trung điểm tính tỷ lệ phần trăm thay đổi bằng cách chia sự thay đổi cho điểm giữa (hoặc trung bình) của các mức độ đầu tiên và cuối cùng. Ví dụ, 5 đô la là trung điểm giữa 4 đô la và 6 đô la. Vì vậy, theo phương pháp trung điểm, một sự thay đổi từ 4$ đến 6$ được coi là sự gia tăng 40 phần trăm bởi vì (6-4) / 5 x 100 = 40. Tương tự như vậy, một sự thay đổi từ 6 đô la đến 4 đô la cũng được coi là giảm 40 phần trăm.

Bởi vì phương pháp trung điểm cho câu trả lời giống nhau bất kể phương hướng của sự thay đổi, nó thường được sử dụng để tính độ co giãn của cầu theo giá giữa hai điểm. Trong ví dụ của chúng ta, trung điểm giữa điểm A và điểm B là:

Điểm giữa: Giá = 5 đô la Lượng = 100

Theo phương pháp trung điểm, khi đi từ điểm A đến điểm B, giá tăng 40 phần trăm, và lượng giảm 40 phần trăm. Tương tự như vậy, khi tính từ điểm B đến điểm A, giá giảm 40 phần trăm, và lượng tăng lên 40 phần trăm. Trong cả hai hướng, độ co giãn của cầu theo giá đều bằng l.

Công thức sau đây thể hiện phương pháp trung điểm được sử dụng để tính độ co giãn của cầu theo giá giữa hai điểm, ký hiệu (Q_1, P_1) và (Q_2, P_2):

$$\text{Độ co giãn của cầu theo giá} = \frac{(Q_2 - Q_1)/[(Q_2 + Q_1)/2]}{(P_2 - P_1)/[(P_2 + P_1)/2]}$$

Tử số là phần trăm thay đổi của lượng được tính bằng phương pháp trung điểm, và mẫu số là phần trăm thay đổi của giá được tính bằng phương pháp trung điểm. Khi bạn tính toán độ co giãn, bạn nên sử dụng công thức này.

Tuy nhiên trong cuốn sách này, chúng ta hiếm khi thực hiện những tính toán như vậy. Đối với hầu hết các mục đích của chúng ta, độ co giãn thể hiện điều gì – phản ứng của lượng cầu trước sự thay đổi giá cả – có vai trò quan trọng hơn cách tính.

Sự đa dạng của đường cầu

Các nhà kinh tế học phân loại đường cầu theo độ co giãn của chúng. Cầu là *co giãn* khi độ co giãn lớn hơn 1, có nghĩa là lượng thay đổi nhiều hơn giá. Cầu được coi là *không co giãn* khi độ co giãn nhỏ hơn 1, có nghĩa là lượng thay đổi ít hơn

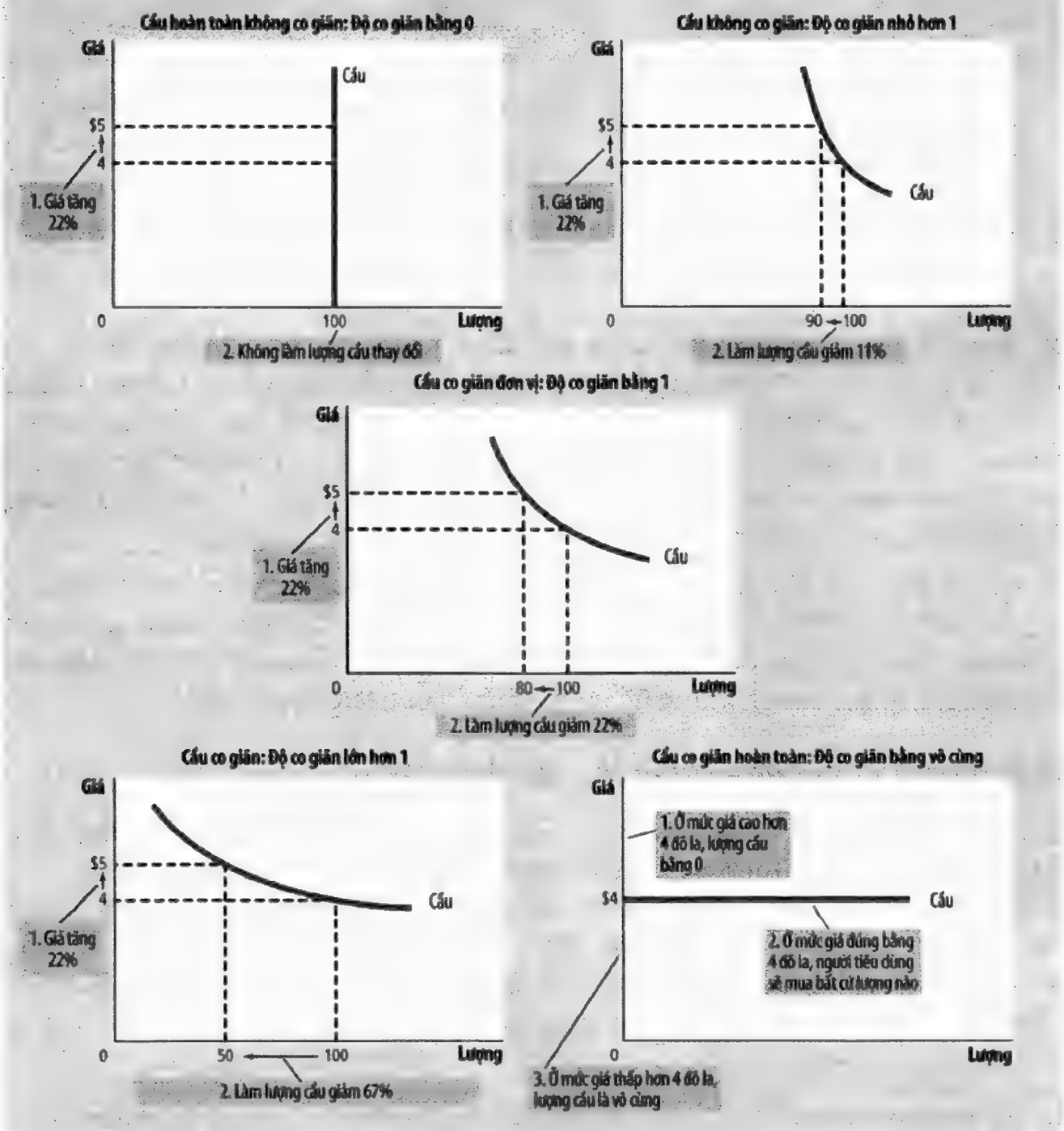
giá. Nếu độ co giãn chính xác là 1, tỷ lệ phần trăm thay đổi của lượng bằng tỷ lệ phần trăm thay đổi của giá và cầu được cho là *co giãn đơn vị*.

Vì độ co giãn của cầu theo giá đo lường lượng cầu thay đổi bao nhiêu trước những thay đổi của giá cả, nó liên quan chặt chẽ đến độ dốc của đường cầu. Các quy tắc sau đây cho chúng ta một hướng dẫn hữu ích: Đường cầu càng ít dốc, độ co giãn của cầu theo giá càng lớn. Đường cầu càng dốc, thì độ co giãn của cầu theo giá càng nhỏ.

Hình 1 minh họa cho năm trường hợp. Trong trường hợp cực đoan, độ co giãn bằng không, được thể hiện trong hình (a), cầu *hoàn toàn không co giãn*, và đường

Độ co giãn của cầu theo giá Hình 1

Độ co giãn của cầu theo giá xác định xem đường cầu dốc hoặc thoải. Lưu ý rằng tất cả các thay đổi tỷ lệ phần trăm được tính theo phương pháp trung điểm.



BẠN CÓ BIẾT *Độ co giãn trên thực tế*

Chúng ta đã bàn ý nghĩa của độ co giãn, các yếu tố xác định nó và việc nó được tính như thế nào. Ngoài những ý tưởng chung, bạn có thể yêu cầu một con số cụ thể. Chính xác là giá của một loại hàng hóa làm lượng cầu thay đổi bao nhiêu?

Để trả lời câu hỏi này, các nhà kinh tế học thu thập dữ liệu trên các thị trường và áp dụng kỹ thuật thống kê để ước tính độ co giãn của cầu theo giá. Dưới đây là một số độ co giãn của cầu theo giá của một số mặt hàng, thu được từ các nghiên cứu khác nhau:

Trứng	0,1
Chăm sóc y tế	0,2
Gạo	0,5
Nhà ở	0,7
Thịt bò	1,6
Bữa ăn tại nhà hàng	2,3
Nước giải khát Mountain Dew	4,4

Các con số này khá thú vị và chúng có thể hữu ích khi so sánh các thị trường với nhau.

Tuy nhiên, chúng ta cũng cần cẩn thận khi sử dụng các con số ước tính này. Một lý do là bởi vì các kỹ thuật thống kê được sử dụng để tính chúng cần tới một số giả định, và những giả định này có thể không đúng trong thực tế. (Các chi tiết của những kỹ thuật này nằm ngoài phạm vi của cuốn sách này, nhưng bạn sẽ bắt gặp chúng nếu bạn tham gia các khóa học về kinh tế lượng.) Một lý do khác là do độ co giãn của cầu theo giá không nhất thiết phải giống nhau ở tất cả các điểm trên một đường cầu, như chúng ta sẽ thấy trong trường hợp của một đường cầu tuyến tính ngay sau đây. Đối với cả hai lý do này, bạn cũng đừng quá ngạc nhiên nếu các nghiên cứu khác nhau báo cáo khác nhau về độ co giãn của cầu theo giá của cùng một hàng hóa.

cầu thẳng đứng. Trong trường hợp này, bất kể giá cả thay đổi thế nào, lượng cầu vẫn không đổi. Khi độ co giãn tăng lên, đường cầu giảm độ dốc và trở nên phẳng hơn, như thể hiện trong hình (b), (c) và (d). Ở cực ngược lại, được thể hiện trong hình (e), cầu *co giãn hoàn toàn*. Điều này diễn ra khi độ co giãn của cầu theo giá tiến đến vô cùng và đường cầu trở nên nằm ngang, phản ánh thực tế rằng những thay đổi rất nhỏ của giá cũng dẫn đến thay đổi rất lớn của lượng cầu.

Cuối cùng, nếu bạn gặp khó khăn trong việc phân biệt giữa *co giãn* và *không co giãn*, đây là một thủ thuật ghi nhớ dành cho bạn: các đường cầu không co giãn (*I*nelatic), chẳng hạn như trong Hình 1(a), trông giống như chữ cái I. Đây không phải là điều quan trọng, nhưng nó có thể giúp bạn trong kỳ thi tới.

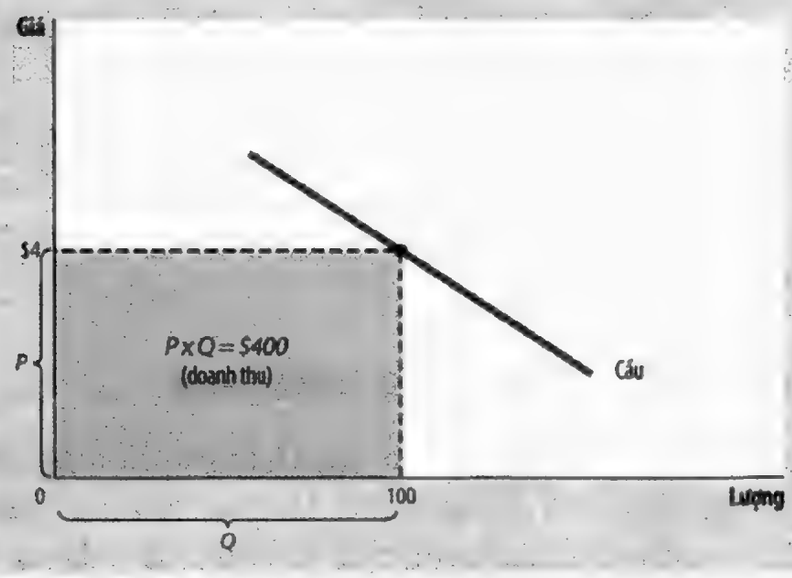
Tổng doanh thu và độ co giãn của cầu theo giá

Khi nghiên cứu những thay đổi của cung hoặc cầu trong một thị trường, một biến số mà chúng ta thường nghiên cứu là **tổng doanh thu**[1], số tiền mà người mua chi trả và người bán nhận được. Trong bất kỳ thị trường nào, tổng doanh thu luôn bằng P x Q, giá của sản phẩm nhân với lượng hàng bán ra. Chúng ta có thể thấy tổng doanh thu trên đồ thị ở Hình 2. Chiều cao của hình chữ nhật nằm dưới đường cầu là P, và chiều rộng là Q. Diện tích hình chữ nhật này,

1. **Tổng doanh thu**: Lượng tiền người mua chi trả cho người bán một hàng hóa, được tính bằng cách nhân giá của hàng hóa với sản lượng bán ra.

P x Q, bằng tổng doanh thu tại thị trường này. Trong Hình 2, P = 4 đô la và Q = 100, tổng doanh thu bằng 4 đô la x 100, hay 400 đô la.

Tổng doanh thu thay đổi như thế nào khi di chuyển dọc theo đường cầu? Câu trả lời sẽ phụ thuộc vào độ co giãn của cầu theo giá. Nếu cầu không co giãn, như trong Hình 3(a), thì giá tăng sẽ dẫn tới sự gia tăng của tổng doanh thu. Ở ví dụ này, giá tăng từ 4 đô la lên 5 đô la làm cho lượng cầu giảm từ 100 xuống 90, tổng doanh thu tăng từ 400 đô la lên 450 đô la. Sự gia tăng của giá làm cho P x Q tăng lên vì Q giảm có tỷ lệ nhỏ hơn so với tỷ lệ tăng của P. Hay nói cách khác, doanh thu tăng thêm từ các đơn vị hàng hóa bán được với giá cao hơn (diện tích A trong hình vẽ)

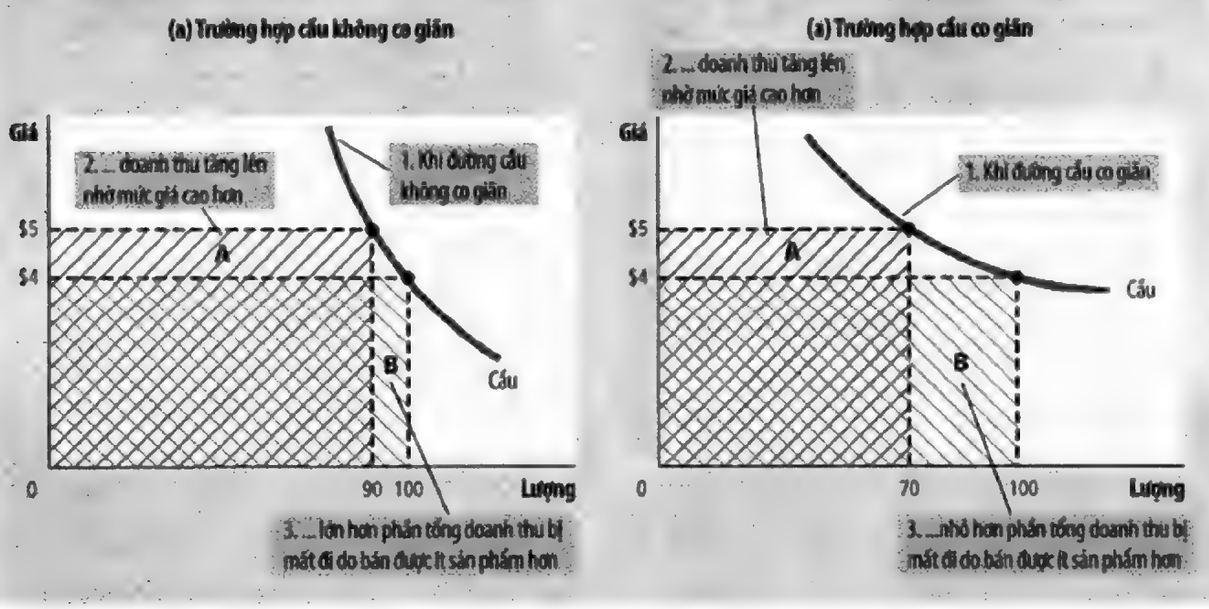


Hình 2
Tổng doanh thu

Tổng số tiền người mua thanh toán, và người bán nhận được, tương đương với diện tích của hình chữ nhật dưới đường cầu, P x Q. Ở đây, với mức giá 4 đô la, lượng cầu là 100, và tổng doanh thu là 400 đô la.

Hình 3
Tác động của sự thay đổi của giá lên tổng doanh thu

Tác động của sự thay đổi giá lên tổng doanh thu (tích số của giá và lượng) phụ thuộc vào độ co giãn của cầu. Trong hình (a), đường cầu không co giãn vì vậy giá tăng làm giảm lượng cầu với tỷ lệ tương ứng nhỏ hơn, vì vậy doanh thu tăng lên. Trong ví dụ này, việc tăng giá từ 4 đô la lên 5 đô la khiến lượng cầu giảm từ 100 xuống 90. Tổng doanh thu tăng từ 400 đô la lên 450 đô la. Trong hình (b), đường cầu là co giãn. Trong trường hợp này, giá tăng sẽ dẫn đến giảm lượng cầu với tỷ lệ tương ứng lớn hơn, vì vậy tổng doanh thu giảm. Ở trường hợp này, giá tăng từ 4 đô la lên 5 đô la khiến lượng cầu giảm từ 100 xuống 70. Tổng doanh thu giảm từ 400 đô la xuống 350 đô la.



nhiều hơn sự giảm sút doanh thu do sự suy giảm của số lượng đơn vị hàng hóa bán được (diện tích B).

Kết quả sẽ ngược lại nếu cầu là co giãn: Sự gia tăng của giá gây ra sự sụt giảm của tổng doanh thu. Ví dụ như trong Hình 3(b), khi giá tăng từ 4 đô la đến 5 đô la, lượng cầu giảm từ 100 xuống 70, do đó tổng doanh thu giảm từ 400 đô la xuống 350 đô la. Vì cầu co giãn, do đó phần sụt giảm của lượng cầu là rất lớn và nó lớn hơn nhiều so với mức tăng lên của giá. Điều này có nghĩa là sự gia tăng của giá làm P x Q giảm xuống do tỷ lệ giảm của Q lớn tỷ lệ tăng của P. Trong trường hợp này, doanh thu có thêm từ các đơn vị bán được với giá cao hơn (diện tích A) là nhỏ hơn so với mức giảm của doanh thu do việc bán được ít hơn (diện tích B).

Các ví dụ trong hình này minh họa một số quy tắc chung:

- Khi cầu không co giãn (độ co giãn thấp hơn 1), giá và tổng doanh thu di chuyển theo cùng một hướng.
- Khi cầu co giãn (độ co giãn cao hơn 1), giá và tổng doanh thu di chuyển theo hướng ngược nhau.
- Nếu cầu là co giãn đơn vị (độ co giãn chính xác bằng 1), tổng doanh thu không đổi khi giá thay đổi.

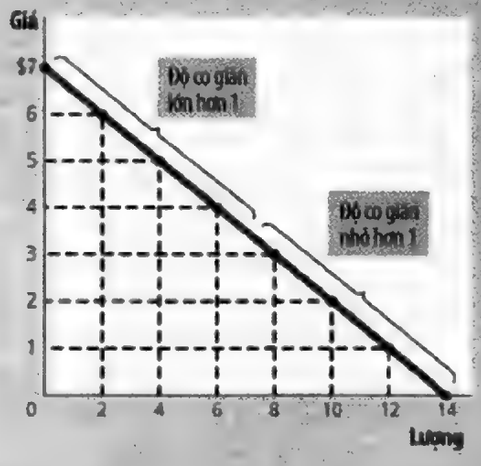
Độ co giãn và tổng doanh thu dọc theo đường cầu tuyến tính

Chúng ta hãy xem xét độ co giãn thay đổi như thế nào dọc theo một đường cầu tuyến tính, như được thể hiện trong Hình 4. Chúng ta biết rằng các đường thẳng có độ dốc không đổi. Độ dốc được định nghĩa là "tung chia hoành", mà ở đây là tỷ

Hình 4

Độ co giãn trên đường cầu tuyến tính

Độ dốc của đường cầu tuyến tính là không đổi, nhưng độ co giãn thì thay đổi. Biểu cầu trong bảng đã được sử dụng để tính toán độ co giãn của cầu theo giá theo phương pháp trung điểm. Tại các điểm với một mức giá thấp và lượng cao, đường cầu không co giãn. Tại các điểm với một mức giá cao và lượng thấp, đường cầu co giãn.



Giá	Lượng	Tổng doanh thu Giá x Lượng	Phần trăm thay đổi của giá	Phần trăm thay đổi của lượng	Độ co giãn	Mô tả
$7	0	$ 0				
			15	200	13.0	Co giãn
6	2	12				
			18	67	3.7	Co giãn
5	4	20				
			22	40	1.8	Co giãn
4	6	24				
			29	29	1.0	Co giãn đơn vị
3	8	24				
			40	22	0.6	Không co giãn
2	10	20				
			67	18	0.3	Không co giãn
1	12	12				
			200	15	0.1	Không co giãn
0	14	0				

lệ của sự thay đổi của giá ("tung") với sự thay đổi của lượng ("hoành"). Độ dốc của đường cầu này là không đổi vì mỗi 1 đô la tăng giá làm giảm 2 đơn vị lượng cầu.

Mặc dù độ dốc của đường cầu tuyến tính là không đổi, nhưng độ co giãn không phải lúc nào cũng vậy. Điều này xảy ra vì độ dốc là tỷ lệ thay đổi tuyệt đối giữa hai biến, trong khi độ co giãn là tỷ lệ phần trăm thay đổi (hay tỷ lệ thay đổi tương đối) giữa hai biến. Bạn có thể thấy điều này bằng cách nhìn vào bảng trong Hình 4, trong đó cho thấy biểu cầu của một đường cầu tuyến tính trên đồ thị. Bảng này sử dụng phương pháp trung điểm để tính độ co giãn của cầu theo giá. Tại các điểm có mức giá thấp và lượng cao, đường cầu không co giãn. Tại các điểm có mức giá cao và lượng thấp, đường cầu co giãn.

Bảng này cũng cho thấy tổng doanh thu tại mỗi điểm trên đường cầu. Những con số này minh họa cho mối quan hệ giữa tổng doanh thu và độ co giãn. Ví dụ, khi giá là 1 đô la, cầu không co giãn, và nếu mức giá tăng lên 2 đô la tổng doanh thu sẽ tăng lên. Khi giá là 5 đô la, cầu co giãn và nếu giá tăng lên 6 đô la tổng doanh thu sẽ giảm. Khi giá thay đổi giữa 3 đô la và 4 đô la, cầu co giãn đơn vị, và tổng doanh thu ở hai mức giá này bằng nhau.

Đường cầu tuyến tính chỉ ra rằng độ co giãn của cầu theo giá không nhất thiết bằng nhau ở tất cả các điểm trên một đường cầu. Một số đường cầu có độ co giãn không đổi, nhưng nhìn chung độ co giãn sẽ thay đổi dọc theo đường cầu.

Các độ co giãn khác của cầu

Ngoài độ co giãn của cầu theo giá, các nhà kinh tế học còn sử dụng các độ co giãn khác để mô tả hành vi của người mua trong một thị trường.

Độ co giãn của cầu theo thu nhập **Độ co giãn của cầu theo thu nhập**[1] đo lường sự thay đổi lượng cầu khi thu nhập của người tiêu dùng thay đổi. Nó được tính bằng phần trăm thay đổi của lượng cầu chia cho phần trăm thay đổi của thu nhập. Công thức:

$$\text{Độ co giãn của cầu theo thu nhập} = \frac{\text{Phần trăm thay đổi lượng cầu}}{\text{Phần trăm thay đổi thu nhập}}$$

Như chúng ta đã thảo luận trong Chương 4, hầu hết các loại hàng hóa là hàng hóa thông thường: thu nhập cao hơn sẽ làm tăng lượng cầu. Vì lượng cầu và thu nhập thay đổi cùng một hướng, nên hàng hóa thông thường có độ co giãn thu nhập dương. Một số hàng hóa, chẳng hạn như đi xe buýt, là hàng hóa thứ cấp: thu nhập cao hơn sẽ làm giảm lượng cầu. Vì lượng cầu và thu nhập thay đổi theo hướng ngược nhau, nên hàng hóa thứ cấp có độ co giãn thu nhập âm.

Thậm chí ngay trong hàng hóa thông thường, mức độ co giãn của cầu theo thu nhập cũng khác nhau đáng kể. Những mặt hàng thiết yếu, chẳng hạn như thực phẩm và quần áo, thường có độ co giãn thu nhập nhỏ vì người tiêu dùng phải mua

1. **Độ co giãn cầu theo thu nhập**: số đo cho biết lượng cầu của một hàng hóa thay đổi như thế nào ứng với sự thay đổi trong thu nhập của người tiêu dùng, được tính bằng phần trăm thay đổi của lượng cầu chia cho phần trăm thay đổi về thu nhập.

chúng ngay cả khi thu nhập của họ thấp. Những mặt hàng xa xỉ, chẳng hạn như trứng cá muối và kim cương, có xu hướng có độ giãn của cầu theo thu nhập cao vì người tiêu dùng cảm thấy nếu thu nhập của họ quá thấp, họ vẫn có thể sống mà không cần những hàng hóa này.

Độ co giãn của cầu theo giá chéo **Độ co giãn của cầu theo giá chéo**[1] đo lường sự thay đổi lượng cầu của một hàng hóa khi giá của một loại hàng hóa liên quan thay đổi. Nó được tính bằng phần trăm thay đổi của lượng cầu hàng hóa 1 chia cho phần trăm thay đổi của giá hàng hóa 2, như sau:

$$\text{Độ co giãn của cầu theo giá chéo} = \frac{\text{tỷ lệ phần trăm thay đổi lượng hàng hóa 1}}{\text{tỷ lệ phần trăm thay đổi giá hàng hóa 2}}$$

Độ co giãn của cầu theo giá chéo là một số dương hay âm phụ thuộc vào việc hai hàng hóa là thay thế hoặc bổ sung. Như chúng ta đã thảo luận trong Chương 4, hàng thay thế là hàng hóa thường được sử dụng thay cho nhau, chẳng hạn như bánh mì kẹp xúc xích và hamburger. Sự gia tăng của giá bánh mì kẹp xúc xích sẽ tác động đến người nướng hamburger. Bởi vì giá của bánh mì kẹp xúc xích và lượng cầu hamburger thay đổi cùng một hướng, độ co giãn của cầu theo giá chéo là dương. Ngược lại, hàng hóa bổ sung là hàng hóa thường được sử dụng với nhau, chẳng hạn như máy tính và phần mềm. Trong trường hợp này, độ co giãn của cầu theo giá chéo là âm, cho biết rằng sự gia tăng trong giá máy tính giảm lượng cầu phần mềm.

KIỂM TRA NHANH: *Hãy định nghĩa độ co giãn của cầu theo giá.* • *Giải thích mối quan hệ giữa tổng doanh thu và độ co giãn của cầu theo giá.*

ĐỘ CO GIÃN CỦA CUNG

Trong Chương 4 chúng ta đã từng lưu ý rằng các nhà sản xuất muốn bán nhiều hàng hơn khi giá của nó tăng lên. Để chuyển những tuyên bố về lượng cung từ định tính sang định lượng, một lần nữa chúng ta sẽ sử dụng khái niệm độ co giãn.

Độ co giãn của cung theo giá và các yếu tố ảnh hưởng

Quy luật cung cho rằng giá cao sẽ làm tăng lượng cung. **Độ co giãn của cung**[2]

1. **Độ co giãn của cầu theo giá chéo**: số đo cho biết lượng cầu của một hàng hóa thay đổi như thế nào ứng với sự thay đổi về giá của một hàng hóa khác, được tính bằng phần trăm thay đổi trong lượng cầu của hàng hóa thứ nhất chia cho phần trăm thay đổi về giá của hàng hóa thứ hai.
2. **Độ co giãn của cung theo giá**: số đo cho biết lượng cung của một hàng hóa thay đổi như thế nào ứng với sự thay đổi về giá của hàng hóa đó, được tính bằng phần trăm thay đổi của lượng cung chia cho phần trăm thay đổi về giá.

đo lường lượng cung thay đổi bao nhiêu trước những thay đổi của giá. Cung một hàng hóa được cho là *co giãn* nếu lượng cung thay đổi đáng kể trước những thay đổi của giá. Cung được cho là *không co giãn* nếu lượng cung chỉ thay đổi nhỏ trước những thay đổi của giá.

Độ co giãn của cung theo giá phụ thuộc vào sự linh hoạt của người bán trong việc thay đổi lượng hàng hóa mình sản xuất. Ví dụ, nhà ở bãi biển có một nguồn cung không co giãn bởi vì gần như không thể sản xuất thêm đất được. Ngược lại, hàng công nghiệp, chẳng hạn như sách, xe hơi, và truyền hình, có nguồn cung co giãn vì các doanh nghiệp sản xuất có thể cho tăng cường sản xuất khi giá tăng lên.

Trong hầu hết các thị trường, yếu tố quyết định độ co giãn của cung theo giá là khoảng thời gian được xem xét. Cung thường co giãn hơn trong dài hạn so với trong ngắn hạn. Trong ngắn hạn, các công ty không dễ thay đổi quy mô các nhà máy của họ để sản xuất nhiều hơn hay ít hơn một loại hàng hóa. Vì vậy, trong ngắn hạn, lượng cung không nhạy với giá cả. Ngược lại, trong dài hạn, các doanh nghiệp có thể xây dựng các nhà máy mới hoặc đóng cửa nhà máy cũ. Ngoài ra, các công ty mới có thể gia nhập vào thị trường, và các công ty cũ có thể rời khỏi ngành. Vì vậy, trong dài hạn, lượng cung có thể thay đổi đáng kể trước những thay đổi giá.

Tính độ co giãn của cung theo giá

Đến đây, chúng ta có một sự khái quát chung về độ co giãn của cung theo giá, bây giờ hãy xem xét chúng một cách chính xác hơn. Các nhà kinh tế học tính độ co giãn của cung là phần trăm thay đổi của lượng cung chia cho phần trăm thay đổi của giá cả, như sau:

$$\text{Độ co giãn của cung theo giá} = \frac{\text{Phần trăm thay đổi lượng cung}}{\text{Phần trăm thay đổi giá}}$$

Ví dụ, giả sử giá một gallon sữa tăng từ 2,85 đô la lên 3,15 đô la khiến người chăn nuôi gia tăng sản xuất từ 9.000 đến 11.000 lít mỗi tháng. Dùng phương pháp trung điểm chúng ta tính phần trăm thay đổi giá là:

Phần trăm thay đổi giá = (3,15 – 2,85) /3,00 x 100 = 10 phần trăm.

Tương tự, chúng ta tính phần trăm thay đổi lượng là:

Phần trăm thay đổi lượng = (11.000 – 9.000) / 10.000 x 100 = 20 phần trăm.

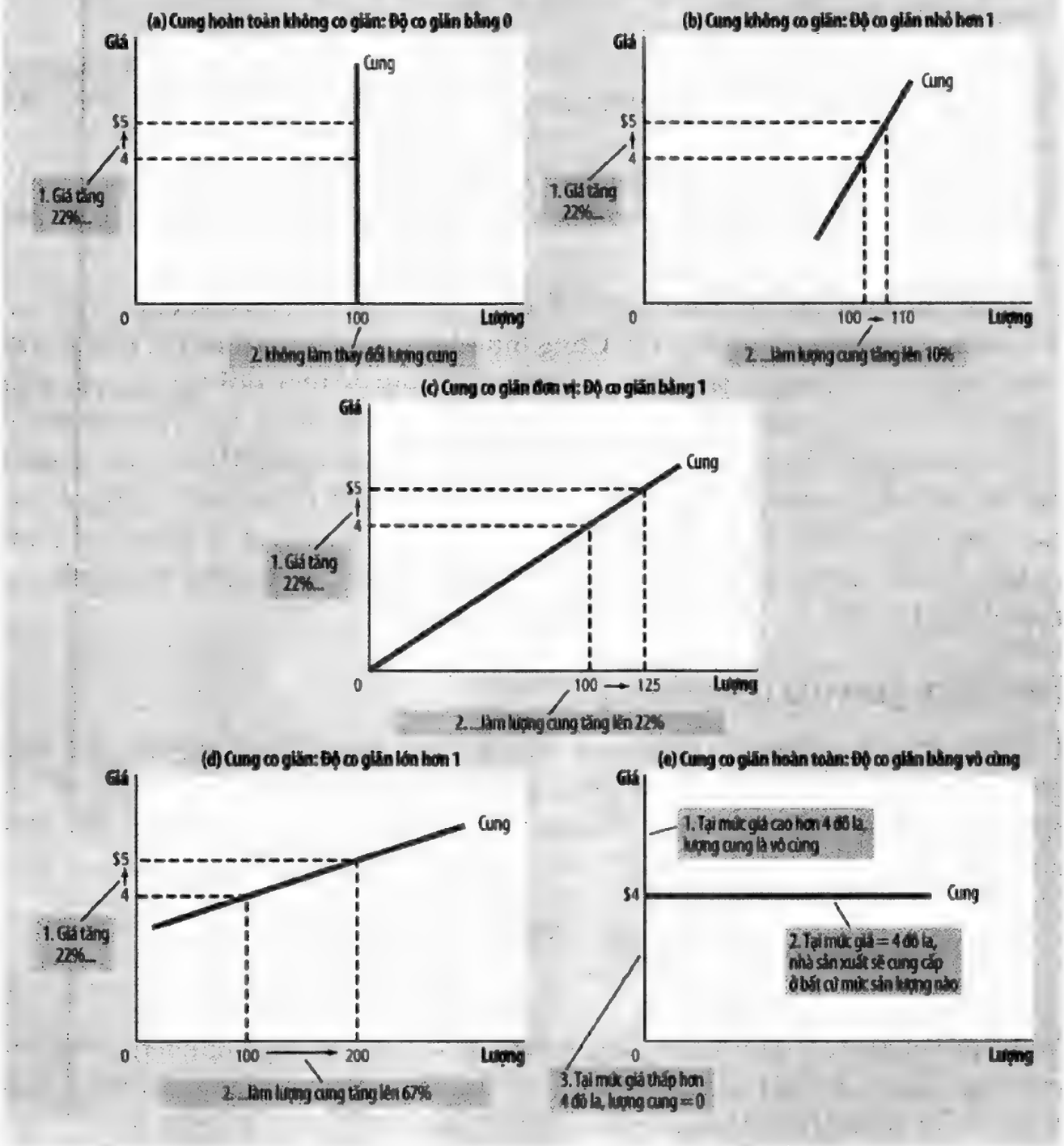
Trong trường hợp này, độ co giãn của cung theo giá là

$$\text{Độ co giãn của cung theo giá} = \frac{20\%}{10\%} = 2,0.$$

Trong ví dụ này, độ co giãn là 2 cho chúng ta biết rằng lượng cung thay đổi với tỷ lệ gấp đôi so với tỷ lệ thay đổi của giá.

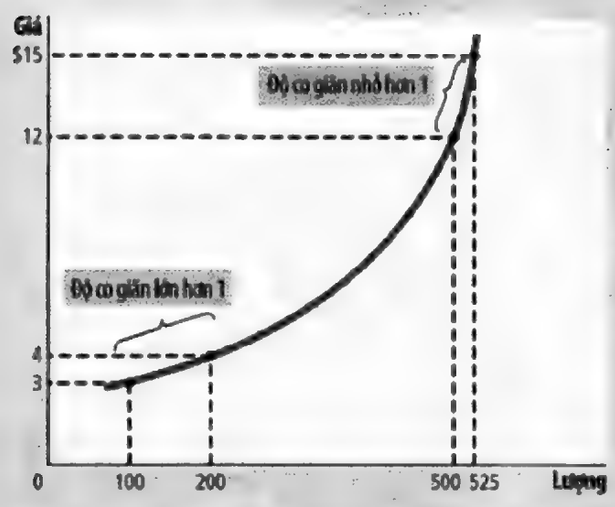
Hình 5 **Độ co giãn của cung theo giá**

Độ co giãn của cung theo giá xác định xem đường cung là dốc hay thoải. Lưu ý rằng tất cả các thay đổi tỷ lệ phần trăm được tính theo phương pháp trung điểm.



Các loại đường cung

Vì độ co giãn của cung theo giá đo lường sự thay đổi của lượng cung khi giá thay đổi, nó được phản ánh trong hình dạng của đường cung. Hình 5 cho thấy năm trường hợp. Trong trường hợp cực đoan tức là độ co giãn bằng không, được thể hiện trong hình (a), cung *hoàn toàn không co giãn*, và đường cung là một đường thẳng đứng. Trong trường hợp này, lượng cung là cố định bất kể giá như thế nào. Khi độ co giãn tăng lên, đường cung trở nên thoải hơn, cho thấy lượng cung thay đổi trước những thay đổi trong giá cả. Ở cực ngược lại, thể hiện trong hình (e), cung *hoàn toàn co giãn*. Điều này xảy ra khi độ co giãn của cung tiến đến vô cực



Hình 6
Độ co giãn của cung theo giá có thể thay đổi như thế nào?

Vì các doanh nghiệp thường có công suất sản xuất tối đa, độ co giãn của cung có thể rất cao khi lượng cung thấp và rất thấp khi lượng cung cao. Ở ví dụ này giá tăng từ 3 đô la lên 4 đô la làm lượng cung tăng từ 100 lên 200. Vì sự gia tăng 67 phần trăm của lượng cung (được tính bằng phương pháp trung điểm) lớn hơn sự gia tăng 29 phần trăm của giá cả, đường cung là co giãn trong phạm vi này. Ngược lại, khi giá tăng từ 12 đô la lên 15 đô la, lượng cung chỉ tăng từ 500 lên 525. Vì sự gia tăng 5 phần trăm của lượng cung nhỏ hơn so với mức tăng 22 phần trăm của giá, đường cung không co giãn trong phạm vi này.

và đường cung trở nên nằm ngang, có nghĩa là những thay đổi rất nhỏ trong giá cũng dẫn đến những thay đổi rất lớn trong lượng cung.

Trong một số thị trường, độ co giãn của cung không cố định, mà thay đổi dọc theo đường cung. Hình 6 cho thấy một trường hợp điển hình cho một ngành, trong đó các công ty có nhà máy với công suất sản xuất hạn chế. Ở các mức lượng cung thấp, độ co giãn của cung là cao, cho thấy các công ty phản ứng đáng kể trước những thay đổi của giá cả. Trong phạm vi này, các công ty dư thừa năng lực sản xuất, chẳng hạn như có các nhà máy và thiết bị nhàn rỗi một phần hay cả ngày. Một sự gia tăng nhỏ của giá cũng làm cho doanh nghiệp có lợi nhuận và các công ty bắt đầu sử dụng năng lực nhàn rỗi này. Khi lượng cung tăng lên, các công ty cũng bắt đầu đạt đến công suất thiết kế. Một khi công suất được sử dụng tối đa, việc gia tăng sản xuất đòi hỏi phải xây dựng các nhà máy mới. Giá phải tăng lên đáng kể đủ để công ty chấp nhận khoản chi phí phát sinh này, vì vậy cung trở nên kém co giãn.

Hình 6 trình bày một ví dụ bằng số về hiện tượng này. Khi giá tăng từ 3 đô la đến 4 đô la (tăng 29 phần trăm, theo phương pháp trung điểm), lượng cung tăng từ 100 đến 200 (tăng 67 phần trăm). Vì lượng cung thay đổi với tỷ lệ cao hơn tỷ lệ thay đổi của giá, đường cung có đô co giãn lớn hơn 1. Ngược lại, khi giá tăng từ 12 đô la đến 15 đô la (tăng 22 phần trăm), lượng cung tăng từ 500 lên 525 (tăng 5 phần trăm). Trong trường hợp này, lượng cung thay đổi theo tỷ lệ thấp hơn tỷ lệ thay đổi của giá, do đó, độ co giãn nhỏ hơn 1.

KIỂM TRA NHANH: *Hãy định nghĩa độ co giãn của cung theo giá. • Giải thích vì sao độ co giãn của cung trong dài hạn có thể khác so với trong ngắn hạn.*

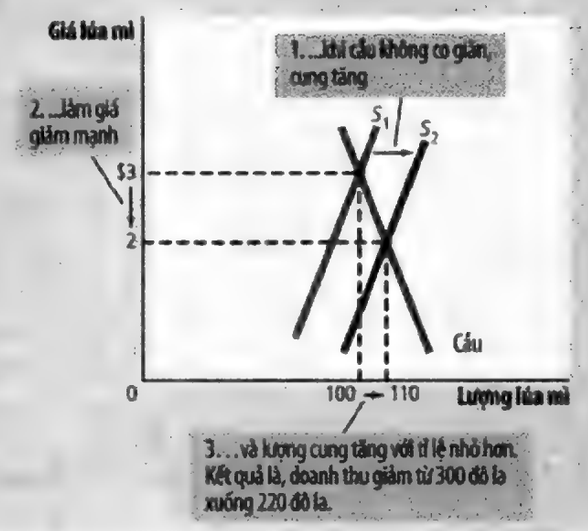
BA ỨNG DỤNG CỦA CUNG, CẦU VÀ ĐỘ CO GIÃN

Tin tốt cho nông nghiệp có thể là tin xấu cho nông dân? Tại sao OPEC không thể giữ giá dầu ở mức cao? Ngăn chặn ma túy làm tăng hay giảm tội phạm liên quan đến ma túy? Thoạt nhìn, những câu hỏi này dường như có rất ít điểm chung. Tuy

Hình 7

Tăng cung trên thị trường lúa mì

Khi một tiến bộ trong công nghệ nông nghiệp làm tăng cung lúa mì từ S_1 đến S_2, giá lúa mì giảm. Vì cầu lúa mì là không co giãn, tăng lượng bán từ 100 lên 110 có tỷ lệ nhỏ hơn so với tỷ lệ giảm giá từ 3 đô la xuống 2 đô la. Kết quả là tổng doanh thu của nông dân giảm từ 300 đô la (3 đô la x 100) xuống còn 220 đô la (2 đô la x 110).



nhiên, cả ba câu hỏi đều là về thị trường, và tất cả các thị trường đều chịu sự chi phối của các lực cung và cầu. Trong phần này chúng ta áp dụng các công cụ cung, cầu và độ co giãn để trả lời những câu hỏi có vẻ phức tạp này.

Liệu tin tốt trong nông nghiệp có phải là tin xấu đối với nông dân?

Hãy tưởng tượng bạn là một nông dân trồng lúa mì ở Kansas. Vì tất cả thu nhập bạn kiếm được là từ việc bán lúa mì, bạn dành nhiều nỗ lực để làm cho đất của bạn đạt năng suất cao nhất có thể. Bạn theo dõi điều kiện thời tiết, đất đai, kiểm tra đồng ruộng để loại bỏ côn trùng và dịch bệnh, và nghiên cứu các tiến bộ mới nhất trong công nghệ nông nghiệp. Bạn biết rằng trồng càng nhiều thì bạn sẽ có càng nhiều lúa mì để bán sau khi thu hoạch, và thu nhập cũng như mức sống của bạn sẽ cao hơn trước.

Một ngày nọ, trường Đại học Kansas công bố một phát hiện quan trọng. Các nhà nghiên cứu tại khoa nông học đã tìm ra một giống lai mới của lúa mì giúp tăng năng suất 20 phần trăm trên mỗi acre[1]. Bạn sẽ phản ứng như thế nào trước tin này? Phát hiện này sẽ khiến bạn khá hơn hay tệ hơn trước?

Hãy nhớ lại rằng trong Chương 4 chúng ta đã trả lời các câu hỏi tương tự như vậy theo ba bước. Đầu tiên, chúng ta xem xét liệu đường cung hoặc đường cầu có thay đổi hay không. Thứ hai, chúng ta xem xét hướng thay đổi của chúng. Thứ ba, chúng ta sử dụng đồ thị cung và cầu để xem trạng thái cân bằng thị trường thay đổi như thế nào.

Trong trường hợp này, việc khám phá ra giống lai mới sẽ tác động đến đường cung. Vì giống lúa lai làm tăng lượng lúa mì có thể được sản xuất trên mỗi acre đất, người nông dân sẽ sẵn sàng cung cấp nhiều lúa mì hơn tại bất kỳ mức giá nào. Nói cách khác, đường cung dịch chuyển sang phải. Đường cầu vẫn giữ nguyên vì nhu cầu về lúa mì của người tiêu dùng ở bất cứ mức giá nào được cho là không bị ảnh hưởng bởi sự ra đời của một giống

1. 1 acre = 0,4ha (người dịch)

lai mới. Hình 7 cho thấy ví dụ về một sự thay đổi như vậy. Khi đường cung dịch chuyển từ S_1 đến S_2 số lượng lúa mì bán tăng từ 100 lên 110, và giá lúa mì giảm từ 3 đô la xuống còn 2 đô la.

Phát hiện này có làm cho nông dân tốt hơn không? Để trả lời câu hỏi này, hãy xem xét những gì sẽ xảy ra với tổng doanh thu mà người nông dân nhận được. Tổng doanh thu của người nông dân là P x Q, giá lúa mì nhân với lượng bán ra. Phát hiện này ảnh hưởng đến họ theo hai cách trái ngược nhau. Giống lúa lai cho phép nông dân sản xuất lúa mì nhiều hơn (Q tăng), nhưng bây giờ mỗi giạ lúa mì được bán với giá thấp hơn (P giảm).

Tổng doanh thu tăng hoặc giảm phụ thuộc vào độ co giãn của cầu. Trong thực tế, cầu về các loại thực phẩm thiết yếu như lúa mì thường không co giãn bởi vì các mặt hàng này tương đối rẻ tiền và ít hàng hóa thay thế gần gũi. Khi đường cầu không co giãn, như trong Hình 7, giá giảm khiến tổng doanh thu giảm. Bạn có thể thấy điều này trong hình: Giá lúa mì giảm đáng kể, trong khi lượng lúa mì bán chỉ tăng nhẹ. Tổng doanh thu giảm từ 300 đô la xuống 220 đô la. Vì vậy, việc phát hiện ra giống lúa lai mới làm giảm tổng doanh thu mà nông dân nhận được.

Nếu nông dân bị thiệt bởi sự khám phá ra giống lai mới này, người ta có thể tự hỏi tại sao họ lại sử dụng nó. Câu trả lời nằm ở trọng tâm của cách thức các thị trường cạnh tranh hoạt động. Vì mỗi người nông dân chỉ là một phần nhỏ của thị trường lúa mì, họ chấp nhận giá lúa mì do thị trường quyết định. Đối với bất cứ mức giá nào của lúa mì, sẽ tốt hơn cho họ khi sử dụng giống lai mới để sản xuất và bán nhiều lúa mì hơn. Tuy nhiên, khi tất cả nông dân làm điều này, cung lúa mì tăng, giá giảm, và tất cả đều thiệt.

Mặc dù ví dụ này lúc đầu có vẻ chỉ là giả thuyết, nhưng nó đã giúp giải thích những thay đổi lớn trong nền kinh tế Hoa Kỳ những thế kỷ qua. Hai trăm năm trước đây, hầu hết người Mỹ sống ở các trang trại. Kiến thức về các phương pháp trang trại là sơ khai đến mức hầu hết người Mỹ phải là nông dân mới sản xuất đủ lương thực để nuôi sống toàn bộ dân số Hoa Kỳ. Tuy nhiên, theo thời gian, những tiến bộ trong công nghệ nông nghiệp đã giúp tăng lượng lương thực mỗi nông dân có thể sản xuất. Sự gia tăng của cung lương thực, cùng với cầu thực phẩm không co giãn, khiến doanh thu của ngành nông nghiệp giảm, và điều này khuyến khích nhiều người rời bỏ ngành.

Sau đây là một vài con số cho thấy tầm quan trọng của sự thay đổi lịch sử này. Gần đây nhất là năm 1950, có 10 triệu người làm việc trong các trang trại ở Hoa Kỳ, chiếm 17 phần trăm lực lượng lao động. Ngày nay, chỉ có ít hơn 3 triệu người làm việc trong các trang trại, chiếm 2 phần trăm lực lượng lao động. Sự thay đổi này gắn liền với những tiến bộ to lớn trong năng suất nông nghiệp: Do đó mặc dù có sự sụt giảm 70 phần trăm số nông dân, sản lượng các loại cây trồng và vật nuôi mà các trang trại ở Hoa Kỳ hiện nay cao gấp đôi sản lượng mà họ đã sản xuất trong năm 1950.

Phân tích về thị trường các sản phẩm nông nghiệp cũng giúp giải thích một nghịch lý trong chính sách công: Một số chương trình trang trại cố gắng giúp đỡ nông dân bằng cách khuyên họ không nên trồng hết diện tích đất của họ. Mục

đích của các chương trình này là để giảm cung các sản phẩm nông nghiệp và do đó tăng giá. Với cầu cho các sản phẩm của họ không co giãn, nông dân, với tư cách là một nhóm, sẽ thu được tổng doanh thu lớn hơn nếu họ cung cấp ít hơn cho thị trường. Không một nông dân riêng lẻ nào bỏ hoang đất của họ vì họ nhận mức giá thị trường có sẵn. Nhưng nếu tất cả các nông dân cùng làm như vậy với nhau, mỗi người trong số họ có thể thu được nhiều hơn.

Khi phân tích những ảnh hưởng của công nghệ nông nghiệp hoặc chính sách nông nghiệp, điều quan trọng là hãy nhớ rằng những gì tốt cho nông dân không nhất thiết phải tốt cho toàn bộ xã hội. Cải tiến công nghệ nông nghiệp có thể có hại cho nông dân bởi vì nó làm cho giảm vai trò của người nông dân, nhưng nó chắc chắn là tốt cho người tiêu dùng, những người được mua thực phẩm với giá rẻ hơn. Tương tự như vậy, một chính sách nhằm giảm cung các sản phẩm nông nghiệp có thể nâng cao thu nhập của nông dân, nhưng nó cũng làm tăng chi phí đối với người tiêu dùng.

Vì sao OPEC thất bại trong việc giữ giá dầu ở mức cao?

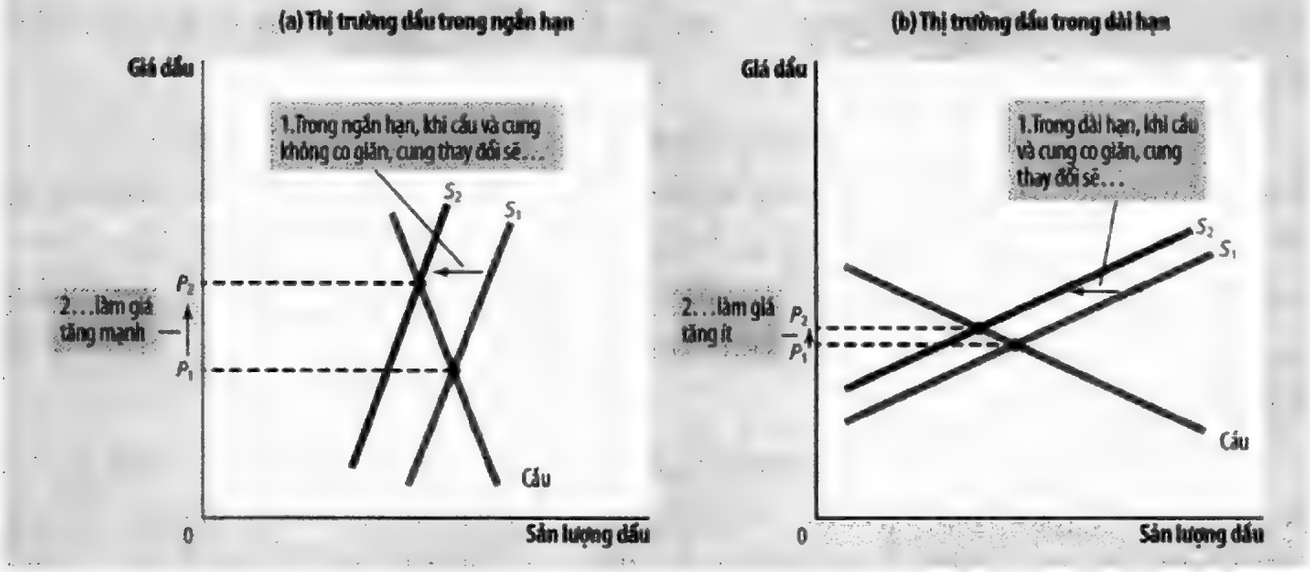
Một trong số những sự kiện gây rối nhất cho kinh tế thế giới trong nhiều thập kỷ qua có nguồn gốc từ thị trường dầu thế giới. Trong những năm 1970, các thành viên của Tổ chức Các Nước Xuất khẩu Dầu (OPEC) đã quyết định tăng giá dầu thế giới để tăng thu nhập của họ. Các quốc gia này hoàn thành mục tiêu bằng cách cùng nhau giảm lượng dầu mà họ cung cấp. Từ năm 1973 đến năm 1974, giá dầu (đã được điều chỉnh theo lạm phát) đã tăng hơn 50 phần trăm. Một vài năm sau đó, OPEC đã làm điều tương tự một lần nữa. Từ năm 1979 đến năm 1981, giá dầu tăng gần gấp đôi.

Cho tới bây giờ OPEC vẫn gặp những khó khăn trong việc duy trì một mức giá cao. Từ năm 1982 đến năm 1985, giá dầu liên tục giảm khoảng 10 phần trăm mỗi năm. Sự thất vọng và bất ổn sớm chiếm ưu thế trong các nước OPEC. Năm 1986, sự hợp tác giữa các thành viên OPEC hoàn toàn bị phá vỡ, và giá dầu đã giảm 45 phần trăm. Tới năm 1990, giá dầu (đã được điều chỉnh theo lạm phát) đã trở lại mức nó bắt đầu vào năm 1970, và cứ nằm ở mức giá thấp này gần như suốt thập niên 1990. (Trong thập kỷ đầu tiên của thế kỷ 21, giá dầu lại dao động mạnh một lần nữa, nhưng nguyên nhân chính là sự thay đổi trong nhu cầu của thế giới chứ không phải do việc hạn chế cung của OPEC. Đầu thập kỷ này, cầu và giá dầu mỏ tăng lên, một phần là vì sự phát triển nhanh chóng của nền kinh tế Trung Quốc, nhưng giá lại giảm mạnh trong giai đoạn 2008-2009 khi nền kinh tế thế giới rơi vào một cuộc suy thoái sâu và sau đó tăng lên một lần nữa khi nền kinh tế thế giới bắt đầu phục hồi).

Các diễn biến của OPEC trong thập niên 1970 và 1980 cho thấy việc cung và cầu có thể thay đổi khác nhau như thế nào trong ngắn hạn và trong dài hạn. Trong ngắn hạn, cả cung và cầu dầu mỏ ít co giãn. Cung không co giãn vì số lượng dự trữ dầu và khả năng khai thác dầu không thể thay đổi một cách nhanh chóng. Cầu không co giãn bởi vì thói quen mua sắm không thay đổi ngay lập tức trước

Hình 8
Giảm cung trên thị trường dầu mỏ thế giới

Khi cung dầu giảm, phản ứng phụ thuộc vào độ dài thời gian. Trong ngắn hạn, cung và cầu tương đối không co giãn, như trong hình (a). Vì vậy, khi đường cung dịch chuyển từ S_1 sang S_2, giá tăng lên một mức đáng kể. Ngược lại, trong dài hạn, cung và cầu tương đối co giãn, như trong hình (b). Trong trường hợp này, sự thay đổi tương tự của cung (từ S_1 sang S_2) chỉ làm giá tăng ít.



những thay đổi của giá cả. Do đó, như Hình 8(a) cho thấy, các đường cung và cầu ngắn hạn rất dốc. Khi cung dầu thay đổi từ S_1 đến S_2, mức tăng của giá từ P_1 đến P_2, là rất lớn.

Trong dài hạn, mọi thứ lại diễn ra rất khác. Trong dài hạn, nhà sản xuất dầu ngoài OPEC phản ứng với giá cao bằng cách tăng cường thăm dò, khai thác và lọc dầu. Người tiêu dùng phản ứng một cách rõ ràng hơn, chẳng hạn như thay thế xe cũ kém tiết kiệm xăng bằng những xe mới tiết kiệm xăng hơn. Do đó, như Hình 8(b) cho thấy, cung và cầu dài hạn là co giãn hơn.

Trong dài hạn, sự thay đổi trong đường cung từ S_1 tới S_2 gây ra một sự tăng giá nhỏ hơn rất nhiều.

Phân tích này cho thấy tại sao OPEC chỉ thành công trong việc duy trì một mức giá cao trong ngắn hạn. Khi các nước OPEC đồng ý cắt giảm sản lượng dầu của họ, họ làm cho đường cung dịch chuyển về bên trái. Mặc dù mỗi thành viên OPEC bán được ít dầu hơn, sự gia tăng rất lớn của giá bán trong ngắn hạn đã giúp thu nhập của họ tăng lên. Ngược lại, trong dài hạn, khi cung và cầu trở nên co giãn hơn, cùng một mức giảm cung tương tự, được đo bằng sự dịch chuyển theo chiều ngang của đường cung, chỉ tạo ra một sự tăng giá nhỏ. Do đó, sự phối hợp của OPEC để giảm cung dầu mỏ mang lại ít lợi nhuận hơn trong dài hạn. Cartel này nhận ra rằng tăng giá trong ngắn hạn dễ dàng hơn trong dài hạn.

Ngăn chặn ma túy làm tăng hay giảm tội phạm liên quan đến ma túy?

Một vấn đề dai dẳng mà xã hội phải đối mặt là việc sử dụng các chất ma túy bất hợp pháp, chẳng hạn như heroin, cocaine, thuốc lắc và ma túy đá. Sử dụng ma túy có rất nhiều tác hại. Một trong số đó là sự lệ thuộc vào ma túy có thể hủy hoại

cuộc sống của người sử dụng nó và gia đình họ. Ngoài ra, người nghiện ma túy thường tìm đến cướp giật và các hành vi bạo lực khác để có tiền thỏa mãn thói quen của họ. Để hạn chế việc sử dụng các loại ma túy bất hợp pháp, chính phủ Hoa Kỳ dành hàng tỷ đô la mỗi năm để giảm dòng chảy ma túy vào nước này. Chúng ta hãy sử dụng các công cụ cung và cầu để đánh giá chính sách ngăn chặn ma túy này.

Giả sử chính phủ tăng số lượng cơ quan liên bang cho cuộc chiến chống ma túy. Điều gì xảy ra trên thị trường các loại ma túy bất hợp pháp? Như thường lệ, chúng ta trả lời câu hỏi này theo ba bước. Đầu tiên, chúng ta xem xét liệu đường cung hay đường cầu có dịch chuyển hay không. Thứ hai, chúng ta xem xét hướng dịch chuyển. Thứ ba, chúng ta xem xét sự dịch chuyển ảnh hưởng đến giá và lượng cân bằng như thế nào.

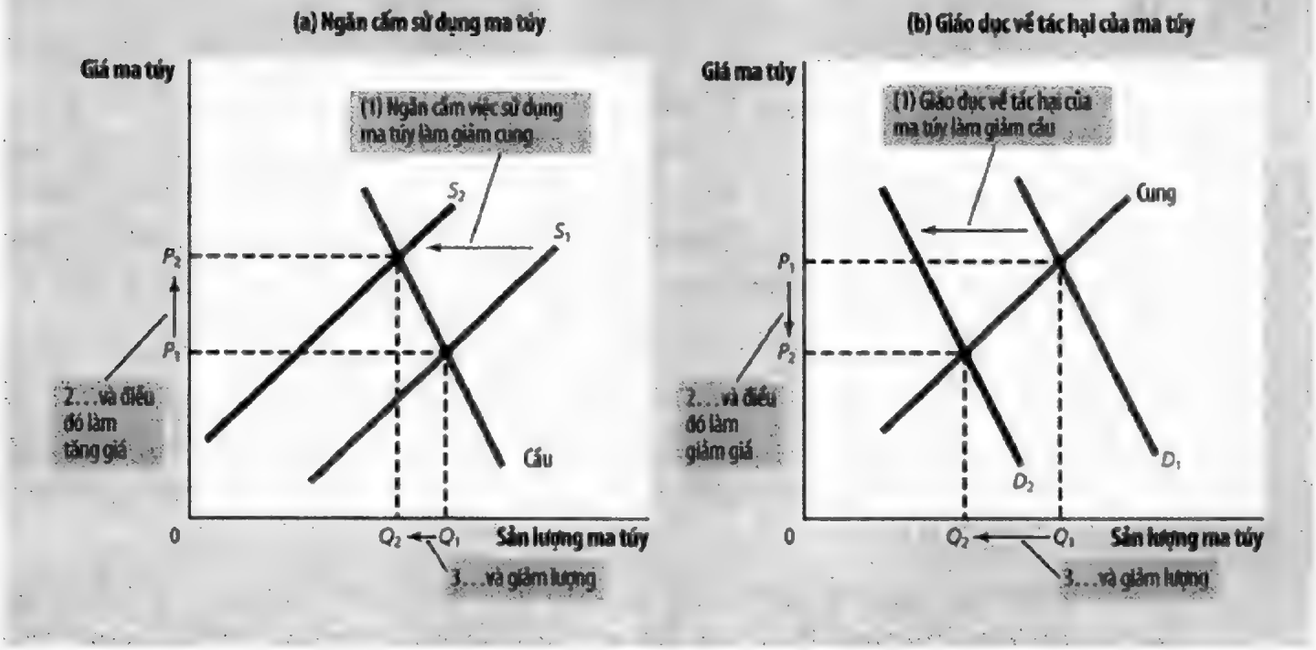
Mặc dù mục đích của hoạt động ngăn chặn ma túy là giảm việc sử dụng ma túy, tác động trực tiếp của nó ảnh hưởng tới những người bán ma túy hơn là những người mua. Khi chính phủ ngăn chặn một lượng ma túy nhập vào trong nước và bắt giữ những kẻ buôn lậu, nó làm tăng chi phí của hoạt động buôn bán ma túy, và do đó làm giảm lượng ma túy cung cấp tại các mức giá. Cầu về ma túy – số lượng mà người mua muốn mua tại mỗi mức giá không thay đổi. Như Hình 9(a) cho thấy, việc ngăn cấm làm đường cung dịch chuyển sang trái từ S_1 sang S_2, còn đường cầu vẫn giữ nguyên. Giá cân bằng của ma túy tăng từ P_1 lên P_2, và lượng cân bằng giảm từ Q_1 xuống Q_2. Sự sụt giảm lượng cân bằng cho thấy, ngăn chặn ma túy làm giảm sử dụng ma túy.

Nhưng với số lượng tội phạm liên quan ma túy thì sao? Để trả lời câu hỏi này, chúng ta hãy xem xét tổng số tiền mà người sử dụng ma túy trả cho các loại ma túy họ mua. Vì rất ít người nghiện ma túy sẽ từ bỏ thói quen sử dụng ma túy như một phản ứng trước một mức giá cao hơn, cầu về ma túy hầu như không co giãn, như được mô tả trong hình. Nếu cầu không co giãn, giá tăng sẽ làm tăng tổng doanh thu của thị trường ma túy. Điều này có nghĩa là, bởi vì việc ngăn chặn ma túy làm cho giá ma túy tăng với tỷ lệ cao hơn tỷ lệ giảm sử dụng ma túy, nó làm cho tổng số tiền mà người sử dụng ma túy phải trả tăng lên. Người nghiện, những người đã phải ăn cắp để thỏa mãn thói quen của họ, sẽ có cầu lớn hơn về tiền mặt. Do đó, ngăn chặn ma túy có thể làm tăng tội phạm liên quan đến ma tuý.

Vì tác động tiêu cực này, một số nhà phân tích cho rằng nên có cách tiếp cận khác cho vấn đề ma túy. Thay vì cố gắng giảm cung ma túy, các nhà hoạch định chính sách có thể làm giảm cầu bằng cách duy trì các chương trình giáo dục về tác hại của ma túy. Các chương trình giáo dục thành công sẽ có những tác động như được trình bày trong Hình 9(b). Đường cầu dịch chuyển sang trái từ D_1 đến D_2. Kết quả là lượng cân bằng giảm từ Q_1 xuống Q_2 và giá cân bằng giảm từ P_1 xuống P_2.

Hình 9
Các chính sách làm giảm sử dụng ma túy bất hợp pháp

Ngăn chặn ma túy làm giảm cung ma túy từ S_1 sang S_2 như trong hình (a). Nếu cầu ma túy không co giãn, tổng số tiền mà người sử dụng ma túy phải trả tăng lên, ngay cả khi lượng ma túy sử dụng giảm xuống. Ngược lại, giáo dục về tác hại của ma túy làm giảm cầu ma túy từ D_1 đến D_2 như trong hình (b). Bởi vì cả giá và lượng giảm, số tiền mà người sử dụng ma túy phải trả sẽ giảm xuống.



Tổng doanh thu, tức là giá nhân với sản lượng, cũng giảm. Như vậy, trái ngược với ngăn chặn ma túy, giáo dục về tác hại của ma túy có thể giảm sử dụng ma túy và tội phạm liên quan tới ma tuý.

Những người ủng hộ chính sách ngăn chặn ma túy có thể tranh luận rằng tác động trong dài hạn của chính sách này khác với những tác động trong ngắn hạn vì độ co giãn của cầu phụ thuộc vào độ dài thời gian. Cầu về ma túy có thể không co giãn trong ngắn hạn bởi vì giá cao chỉ làm giảm mức sử dụng ma túy của người nghiện không đáng kể. Nhưng cầu có thể co giãn hơn trong dài hạn vì giá cao sẽ hạn chế việc thử ma túy trong giới trẻ, và theo thời gian, sẽ dẫn đến số người nghiện ma túy ít hơn. Trong trường hợp này, ngăn chặn ma túy sẽ làm tăng tội phạm liên quan đến ma túy trong ngắn hạn, nhưng lại có thể giảm nó trong dài hạn.

KIỂM TRA NHANH: *Làm thế nào một trận hạn hán phá hủy một nửa thu hoạch cây trồng nông nghiệp có thể có lợi cho nông dân? Nếu một trận hạn hán như vậy có lợi cho nông dân, tại sao nông dân không phá hoại mùa màng của mình trong trường hợp không có hạn hán?*

KẾT LUẬN

Theo một lời châm biếm cũ, thậm chí là một con vẹt cũng có thể trở thành một nhà kinh tế chỉ đơn giản bằng cách học nói "cung và cầu." Hai chương vừa rồi đã chứng minh rằng lời châm biếm này cũng có nhiều điểm đúng. Các công cụ cung và cầu giúp bạn phân tích rất nhiều sự kiện và chính sách quan trọng nhằm định

hình nền kinh tế. Bạn đang trên con đường trở thành một nhà kinh tế (hoặc ít nhất cũng là một con vẹt học giỏi).

TÓM TẮT

- Độ co giãn của cầu theo giá đo lường lượng cầu thay đổi bao nhiêu trước những thay đổi của giá cả. Cầu có xu hướng co giãn hơn trong trường hợp nó có những hàng hóa thay thế gần gũi, nếu nó là mặt hàng xa xỉ thay vì mặt hàng thiết yếu, nếu thị trường được định nghĩa hẹp, hoặc nếu người mua có đủ thời gian để phản ứng với sự thay đổi giá.
- Độ co giãn của cầu theo giá được tính bằng phần trăm thay đổi của lượng cầu chia cho phần trăm thay đổi của giá cả. Nếu lượng cầu thay đổi với tỷ lệ thấp hơn giá, độ co giãn nhỏ hơn 1, và cầu được cho là không co giãn. Nếu lượng cầu thay đổi với tỷ lệ lớn hơn giá cả, độ co giãn lớn hơn 1, và cầu được cho là co giãn.
- Tổng doanh thu, hay tổng số tiền trả cho việc mua một hàng hóa, bằng giá nhân với lượng bán ra. Đối với đường cầu không co giãn, tổng doanh thu đồng biến với giá cả. Đối với đường cầu co giãn, tổng doanh thu nghịch biến với giá cả.
- Độ co giãn của cầu theo thu nhập đo lường phản ứng của lượng cầu trước sự thay đổi thu nhập của người tiêu dùng.
- Độ co giãn của cầu theo giá chéo đo lường lượng cầu của một loại hàng hóa thay đổi bao nhiêu trước những thay đổi giá của một loại hàng hóa khác.
- Độ co giãn của cung theo giá đo lường lượng cung thay đổi bao nhiêu trước những thay đổi của giá cả. Độ co giãn này thường phụ thuộc vào độ dài thời gian được xem xét. Trong hầu hết các thị trường, cung trong dài hạn co giãn nhiều hơn so với cung trong ngắn hạn.
- Độ co giãn của cung theo giá được tính bằng phần trăm thay đổi của lượng cung chia cho phần trăm thay đổi của giá cả. Nếu lượng cung thay đổi với tỷ lệ nhỏ hơn giá, độ co giãn nhỏ hơn 1, và cung được cho là không co giãn. Nếu lượng cung thay đổi với tỷ lệ cao hơn giá, độ co giãn lớn hơn 1, và cung được cho là co giãn.
- Các công cụ của cung và cầu có thể được áp dụng trong nhiều thị trường khác nhau. Chương này sử dụng chúng để phân tích thị trường lúa mì, thị trường dầu mỏ và thị trường các loại ma túy bất hợp pháp.

KHÁI NIỆM THEN CHỐT

Độ co giãn	elasticity
Độ co giãn của cầu theo giá	price elasticity of demand
Tổng doanh thu	total revenue

Độ co giãn của cầu theo thu nhập	income elasticity of demand
Độ co giãn của cầu theo giá chéo	cross-price elasticity of demand
Độ co giãn của cung theo giá	price elasticity of supply

CÂU HỎI ÔN TẬP

1. Hãy định nghĩa độ co giãn của cầu theo giá và độ co giãn của cầu theo thu nhập.
2. Hãy liệt kê và giải thích bốn yếu tố quyết định độ co giãn của cầu theo giá đã thảo luận trong chương này.
3. Lợi thế chính của việc sử dụng phương pháp trung điểm để tính độ co giãn là gì?
4. Nếu độ co giãn lớn hơn 1, cầu là co giãn hay không co giãn? Nếu độ co giãn bằng 0, cầu hoàn toàn co giãn hay hoàn toàn không co giãn?
5. Trên một đồ thị cung và cầu, hãy chỉ ra mức giá cân bằng, lượng cân bằng, và tổng doanh thu của nhà sản xuất.
6. Nếu cầu không co giãn, giá tăng sẽ làm tổng doanh thu thay đổi như thế nào? Giải thích.
7. Chúng ta gọi hàng hóa có độ co giãn của cầu theo thu nhập nhỏ hơn 0 là hàng hóa gì?
8. Độ co giãn của cung theo giá được tính như thế nào? Giải thích nó đo lường cái gì?
9. Các bức tranh của Picasso có độ co giãn của cung theo giá là bao nhiêu?
10. Độ co giãn của cung theo giá thường cao hơn hay thấp hơn trong dài hạn so với ngắn hạn? Tại sao?
11. Làm thế nào độ co giãn có thể giải thích việc ngăn chặn ma túy làm giảm việc sử dụng ma túy nhưng lại làm tăng tội phạm liên quan đến ma túy?

BÀI TẬP VÀ CÁC ỨNG DỤNG

1. Đối với mỗi cặp hàng hóa sau, theo bạn, hàng hóa nào sẽ có cầu co giãn hơn và tại sao?
   a. Quần jean xanh của Levis và quần áo nói chung.
   b. Thuốc lá trong tuần tới và thuốc lá trong vòng năm năm tới.
   c. Insulin (một loại thuốc dùng để điều trị bệnh tiểu đường – chú thích của người dịch) và thuốc Advil.
   d. Đi công tác và đi du lịch.
2. Giả sử doanh nhân và khách đi du lịch có cầu vé máy bay từ New York tới Boston như sau:

Giá	Lượng cầu (doanh nhân)	Lượng cầu (khách du lịch)
150$	2.100 vé	1.000 vé
200	2.000	800
250	1.900	600
300	1.800	400

a. Khi giá vé tăng từ 200 đô la đến 250 đô la, độ co giãn của cầu theo giá của (i) doanh nhân và (ii) của khách du lịch là bao nhiêu? (Sử dụng phương pháp trung điểm trong tính toán của bạn.)

b. Tại sao khách du lịch lại có độ co giãn khác doanh nhân?

3. Giả sử độ co giãn của cầu theo giá của dầu được sử dụng để sưởi ấm là 0,2 trong ngắn hạn và 0,7 trong dài hạn.

a. Nếu giá dầu tăng từ 1,80 đô la lên 2,20 đô la mỗi gallon, điều gì xảy ra với lượng cầu trong ngắn hạn? Trong dài hạn? (Sử dụng phương pháp trung điểm cho tính toán của bạn.)

b. Tại sao độ co giãn này phụ thuộc vào độ dài thời gian?

4. Sự thay đổi giá cả làm cho lượng cầu của một loại hàng hóa giảm 25 phần trăm, trong khi đó tổng doanh thu giảm 10 phần trăm. Cầu của hàng này là co giãn hay không co giãn? Giải thích.

5. Làm thế nào độ co giãn có thể giải thích việc ngăn chặn ma túy làm giảm việc sử dụng ma túy nhưng lại làm tăng tội phạm liên quan đến ma túy? Giá cân bằng của cà phê tăng mạnh trong tháng trước, nhưng lượng cân bằng vẫn giữ nguyên. Dưới đây là giải thích của ba người về tình huống này. Hãy cho biết giải thích nào đúng? Giải thích lý do của bạn.

BILLY: Cầu tăng, nhưng cung hoàn toàn không co giãn.

MARIAN: Cung tăng lên, nhưng cầu cũng tăng.

VALERIE: Cung giảm, nhưng cầu hoàn toàn không co giãn.

6. Giả sử rằng biểu cầu của bạn về DVD như sau:

Giá	Lượng cầu (thu nhập=10.000 đô la)	Lượng cầu (thu nhập=12.000 đô la)
8$	40 DVD	50 DVD
10	32	45
12	24	30
14	16	20
16	8	12

a. Hãy sử dụng phương pháp trung điểm để tính toán độ co giãn của cầu theo giá của bạn khi giá DVD tăng từ 8 đô la đến 10 đô la nếu (i) thu nhập của bạn là 10.000 đô la và (ii) thu nhập của bạn là 12.000 đô la.

b. Hãy tính độ co giãn của cầu theo thu nhập của bạn khi thu nhập của bạn tăng từ 10.000 đô la lên 12.000 đô la nếu (i) giá là 12 đô la và (ii) giá là 16 đô la.

7. Bạn có các thông tin sau đây về hàng hóa X và hàng hóa Y:
   - Độ co giãn của cầu theo thu nhập của hàng hóa X: -3
   - Độ co giãn của cầu hàng hóa X theo giá hàng hóa Y là: 2

   Liệu tăng thu nhập và giảm giá hàng hóa Y có chắc chắn làm giảm cầu hàng hóa X hay không? Tại sao?
8. Maria quyết định luôn dành một phần ba thu nhập của mình cho quần áo.
   a. Độ co giãn của cầu về quần áo theo thu nhập của cô là gì?
   b. Độ co giãn của cầu về quần áo theo giá của cô là gì?
   c. Nếu sở thích của Maria thay đổi và cô quyết định chỉ chi một phần tư thu nhập của mình cho quần áo, đường cầu của cô thay đổi thế nào? Độ co giãn của cầu theo thu nhập và theo giá của cô bây giờ là gì?
9. Tờ *New York Times* (ngày 17 tháng 2 năm 1996) đưa tin khách đi xe điện ngầm giảm sau khi giá vé tăng: "Số lượt người đi giảm gần bốn triệu lượt trong tháng 12 năm 1995, tháng đầu tiên sau khi giá vé xe buýt tăng từ 25 xu lên 1,50 đô la, một mức giảm 4,3% so với cùng kỳ năm trước."
   a. Hãy sử dụng các dữ liệu này để ước tính độ co giãn của cầu theo giá vé tàu điện ngầm.
   b. Theo ước tính của bạn, điều gì sẽ xảy ra với doanh thu tàu điện ngầm khi giá vé tăng lên?
   c. Tại sao ước tính về độ co giãn của bạn có thể không đáng tin cậy?
10. Hai lái xe là Tom và Jerry, cùng đến một trạm xăng. Trước khi nhìn vào bảng giá, Tom nói, "cho tôi 10 gallon". Jerry nói, "cho tôi 10 đô la xăng". Độ co giãn cầu theo giá của mỗi lái xe là gì?
11. Hãy xem xét chính sách công nhằm vào thuốc lá.
    a. Nghiên cứu cho thấy độ co giãn của cầu theo giá đối với thuốc lá là khoảng 0,4. Nếu một gói thuốc lá hiện nay giá 2 đô la và chính phủ muốn giảm hút thuốc 20 phần trăm, họ cần tăng giá lên mức bao nhiêu?
    b. Nếu chính phủ làm tăng giá thuốc lá lâu dài, chính sách này sẽ có ảnh hưởng lớn hơn đối với cầu thuốc lá trong một năm kể từ bây giờ hay năm năm kể từ bây giờ?
    c. Các nghiên cứu cũng thấy rằng thanh thiếu niên có độ co giãn theo giá cao hơn so với người lớn. Tại sao điều này lại có thể đúng?
12. Bạn là người phụ trách của một bảo tàng. Bảo tàng hiện nay đang thiếu vốn, vì vậy bạn quyết định sẽ tìm cách để tăng doanh thu. Vậy bạn nên tăng hay giảm giá vào cửa? Giải thích.
13. Dược phẩm có cầu không co giãn, còn máy tính có cầu co giãn. Giả sử tiến bộ công nghệ làm cung của cả hai sản phẩm tăng gấp đôi (có nghĩa là, lượng cung tại mỗi mức giá gấp đôi so với trước đây).

a. Điều gì sẽ xảy ra với giá và lượng cân bằng trong mỗi thị trường?
b. Sản phẩm nào có sự thay đổi về giá lớn hơn?
c. Sản phẩm nào có sự thay đổi về lượng lớn hơn?
d. Điều gì xảy ra với tổng chi tiêu cho mỗi sản phẩm?

14. Vài năm trước đây, lũ lụt dọc theo các con sông Missouri và Mississippi đã phá hủy hàng ngàn acre lúa mì.
    a. Nông dân có hoa màu bị phá hủy bởi lũ lụt bị thiệt hại nặng nề, nhưng nông dân có hoa màu không bị phá hủy được hưởng lợi từ lũ lụt. Tại sao?
    b. Bạn cần thông tin nào về thị trường lúa mì để đánh giá xem liệu các nhóm nông dân bị thiệt hay được lợi từ lũ lụt?
15. Giải thích tại sao điều này có thể đúng: Hạn hán trên toàn thế giới làm tăng tổng doanh thu mà người nông dân nhận được từ việc bán ngũ cốc, nhưng hạn hán chỉ ở Kansas làm giảm tổng doanh thu mà nông dân Kansas nhận được.

Để biết thêm thông tin về chủ đề của chương này, hãy ghé thăm website của chúng tôi tại *www.cengage.com/international* để xem thêm bài tập, ứng dụng, ví dụ, các bài kiểm tra trực tuyến và các nội dung khác.

6

CUNG, CẦU VÀ CHÍNH SÁCH CHÍNH PHỦ

Các nhà kinh tế học có hai vai trò. Là nhà khoa học, họ phát triển và kiểm định các lý thuyết để giải thích thế giới xung quanh. Là nhà tư vấn chính sách, họ sử dụng lý thuyết để giúp thay đổi thế giới theo hướng tốt hơn. Trọng tâm của hai chương trước đặt vào khía cạnh khoa học. Chúng ta đã thấy cách thức cung và cầu xác định giá và sản lượng của hàng hóa được bán ra. Chúng ta cũng biết những yếu tố khác nhau làm dịch chuyển cung và cầu như thế nào và do đó làm thay đổi giá và sản lượng cân bằng.

Chương này cung cấp những kiến thức nền tảng về khía cạnh chính sách. Ở đây, chúng ta phân tích nhiều loại chính sách khác nhau của chính phủ chỉ với các công cụ cung và cầu. Như bạn sẽ thấy, phân tích cung cấp nhiều hiểu biết sâu sắc đáng ngạc nhiên. Chính sách thường tạo ra các tác động mà ngay cả những người tạo ra chính sách cũng không có ý định hoặc dự tính được.

Chúng ta bắt đầu bằng cách xem xét chính sách kiểm soát giá một cách trực tiếp. Ví dụ, luật kiểm soát tiền thuê nhà áp đặt một mức tiền thuê tối đa mà các chủ nhà có thể tính cho khách thuê. Luật tiền lương tối thiểu quy định mức lương thấp nhất mà doanh nghiệp phải trả cho người lao động. Kiểm soát giá thường được áp dụng khi các nhà hoạch định chính sách tin rằng giá thị trường của một hàng hóa hay dịch vụ là không thỏa đáng cho người mua hay người bán. Tuy nhiên, như chúng ta sẽ thấy, các chính sách này tự nó cũng có thể tạo ra những bất công.

Sau khi thảo luận về kiểm soát giá cả, chúng ta xem xét các tác động của thuế. Các nhà hoạch định chính sách dùng thuế để tạo nguồn thu cho mục đích công và để tác động đến kết quả của thị trường. Mặc dù sự hiện diện mang tính phổ biến của thuế trong nền kinh tế đã rõ ràng, các tác động của thuế thì không phải vậy. Ví dụ, khi các chính phủ đánh thuế trên số tiền lương mà các doanh nghiệp trả cho người lao động, liệu các doanh nghiệp hay người lao động phải chịu gánh nặng thuế? Câu trả lời không hoàn toàn rõ ràng, cho đến khi chúng ta áp dụng các công cụ hữu hiệu của cung và cầu.

KIỂM SOÁT GIÁ

Để nghiên cứu cách thức các kiểm soát giá ảnh hưởng đến kết quả của thị trường như thế nào, chúng ta hãy nhìn lại một lần nữa thị trường kem. Như chúng ta đã thấy trong Chương 4, nếu kem được bán trong một thị trường cạnh tranh mà không có bất kỳ can thiệp nào từ phía chính phủ, giá kem sẽ điều chỉnh để cân bằng cung và cầu: Tại mức giá cân bằng, số lượng kem mà người mua muốn mua bằng đúng với số lượng mà người bán muốn bán. Để dễ hiểu, giả sử giá cân bằng là 3 đô la cho mỗi que kem.

Không phải ai cũng có thể hài lòng với kết quả của cách vận hành thị trường tự do này. Giả sử rằng Hiệp hội Người Tiêu dùng Kem Hoa Kỳ than phiền rằng giá 3 đô la là quá cao đối với mỗi người tiêu dùng để thưởng thức một que kem mỗi ngày (theo mức tiêu dùng mà họ đề nghị). Trong khi đó, Tổ chức Sản xuất Kem Quốc Gia than phiền rằng giá 3 đô la – kết quả của "cạnh tranh khốc liệt" – là quá thấp và đang làm giảm thu nhập của các nhà sản xuất thành viên. Mỗi nhóm này vận động chính phủ để thông qua luật giúp làm thay đổi kết quả thị trường bằng cách trực tiếp kiểm soát giá kem.

Bởi vì người mua bất kỳ hàng hóa nào cũng luôn luôn muốn có một mức giá thấp hơn trong khi người bán muốn một mức giá cao hơn, lợi ích của hai nhóm luôn xung đột. Nếu Hội những người tiêu dùng kem thành công trong việc vận động hành lang, chính phủ sẽ áp đặt một mức giá tối đa đối với kem. Bởi vì giá kem không được phép tăng lên trên mức giá này, giá tối đa theo luật định được gọi là **giá trần**[1]. Ngược lại, nếu Hiệp hội những nhà sản xuất kem thành công, chính phủ áp đặt một mức giá tối thiểu. Bởi vì giá kem không thể giảm xuống dưới mức giá này, giá tối thiểu theo luật định như vậy được gọi là **giá sàn**[2]. Chúng ta lần lượt xem xét tác động của các chính sách này.

Giá trần tác động đến kết quả thị trường như thế nào?

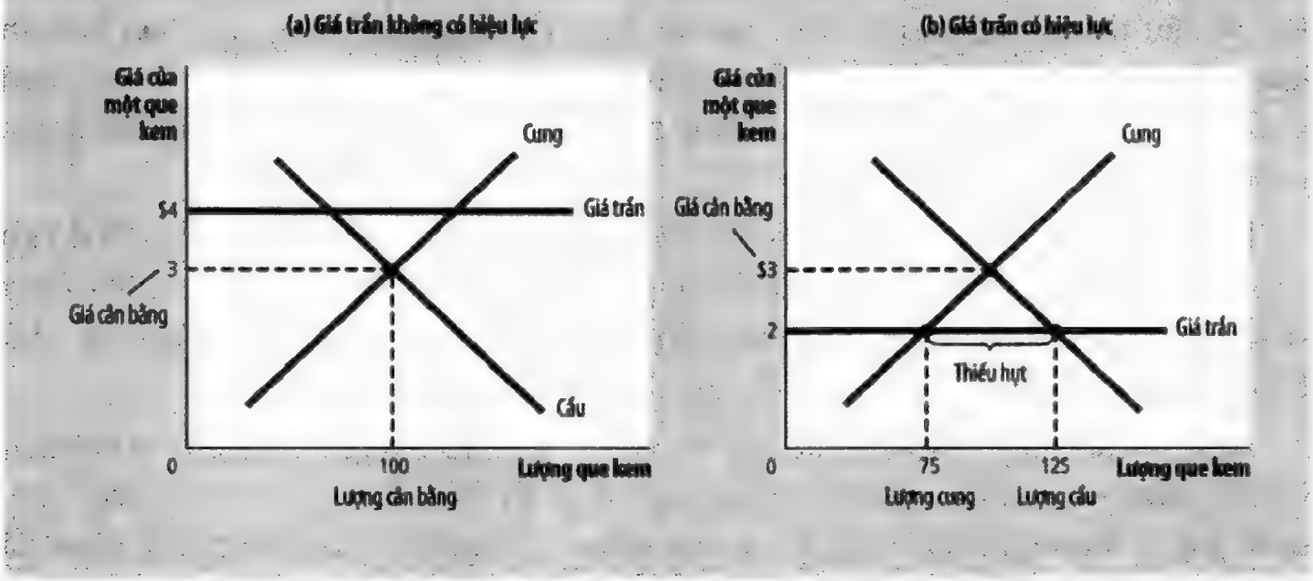
Khi chính phủ hành động theo các khiếu nại và chiến dịch vận động của Hội những người tiêu dùng kem, nó sẽ áp đặt một mức giá trần lên thị trường kem. Việc này có thể dẫn đến một trong hai kết quả. Trong Hình 1(a), chính phủ áp đặt một mức giá trần là 4 đô la cho mỗi que kem. Trong trường hợp này, bởi vì giá cân bằng giữa cung và cầu (3 đô la) dưới mức trần, giá trần là *không có hiệu lực*. Các lực thị trường giúp dịch chuyển nền kinh tế tiến đến cân bằng một cách tự nhiên, và giá trần không có ảnh hưởng đến giá hoặc số lượng bán ra.

Hình 1(b) cho thấy một khả năng khác, thú vị hơn. Trong trường hợp này, chính phủ áp đặt trần giá 2 đô la cho mỗi que kem. Bởi vì mức giá cân bằng 3 đô la là trên mức trần, giá trần là một *ràng buộc có hiệu lực* đối với thị trường. Các lực cung và cầu có xu hướng làm dịch chuyển giá đến điểm cân bằng, nhưng khi giá thị trường chạm giá trần, theo luật, sẽ không thể tăng thêm. Như vậy, giá thị

1. **Giá trần**: mức giá tối đa được phép bán ra theo luật định của một hàng hóa.
2. **Giá sàn**: mức giá tối thiểu được phép bán ra theo luật định của một hàng hóa.

Trong hình 1(a), chính phủ áp đặt giá trần là 4 đô la. Vì mức giá trần cao hơn mức giá cân bằng là 3 đô la, giá trần không có tác động gì, và thị trường có thể đạt được trạng thái cân bằng giữa cung và cầu. Tại trạng thái cân bằng này, lượng cung và lượng cầu đều bằng 100 que kem. Trong hình 1(b), chính phủ áp đặt giá trần 2 đô la. Bởi vì giá trần thấp hơn mức giá cân bằng 3 đô la, giá thị trường tương đương với 2 đô la. Ở mức giá này, lượng cầu là 125 que kem và lượng cung chỉ có 75, do đó có một lượng thiếu hụt là 50 que kem.

Hình 1
Thị trường khi có giá trần



trường bằng với giá trần. Ở mức giá này, lượng cầu của kem (125 que như trong hình) sẽ vượt lượng cung (75 que). Xuất hiện một sự thiếu hụt: 50 người muốn mua kem theo mức giá hiện hành sẽ không thể mua được kem.

Để đáp ứng với sự thiếu hụt này, một số cơ chế hạn chế lượng mua kem sẽ phát triển một cách tự nhiên. Cơ chế có thể là những hàng chờ dài: Người mua sẵn sàng đến sớm và xếp hàng để mua được kem, nhưng những người không sẵn lòng chờ đợi thì không làm như vậy. Theo cách khác, người bán có thể phân phối những que kem dựa vào sự lựa chọn thiên lệch theo thành kiến cá nhân của chính họ, chỉ bán cho bạn bè, người thân, hoặc thành viên của nhóm chủng tộc hoặc dân tộc của họ. Chú ý rằng mặc dù giá trần được thúc đẩy bởi mong muốn giúp người mua kem, nhưng không phải tất cả người mua đều được hưởng lợi từ chính sách này. Một số người mua mua được kem với giá thấp, mặc dù họ có thể đã phải xếp hàng để làm như vậy, những người mua khác không thể mua được bất kỳ que kem nào.

Ví dụ này trong thị trường kem cho thấy một kết quả chung: *Khi các chính phủ áp đặt một mức giá trần có hiệu lực trên thị trường cạnh tranh, một sự thiếu hụt hàng hóa phát sinh, và người bán phải phân phối hàng hóa khan hiếm cho số lượng lớn người mua tiềm năng.* Các cơ chế sàng lọc phát triển theo giá trần hiếm khi được mong đợi. Xếp hàng dài là không hiệu quả bởi vì thời gian của người mua bị lãng phí. Phân biệt đối xử theo thiên lệch của người bán thì không hiệu quả (vì hàng hóa không nhất thiết được phân phối cho người mua đánh giá nó cao nhất) và có khả năng không công bằng. Ngược lại, cơ chế phân phối trong một thị trường tự do, cạnh tranh thì đạt hiệu quả và khách quan. Khi thị trường kem đạt đến trạng thái cân bằng của nó, bất cứ ai chấp nhận trả theo giá thị trường đều có thể mua được kem. Thị trường tự do phân phối hàng hóa theo giá.

NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG

Rồng rắn xếp hàng Tại Trạm Xăng

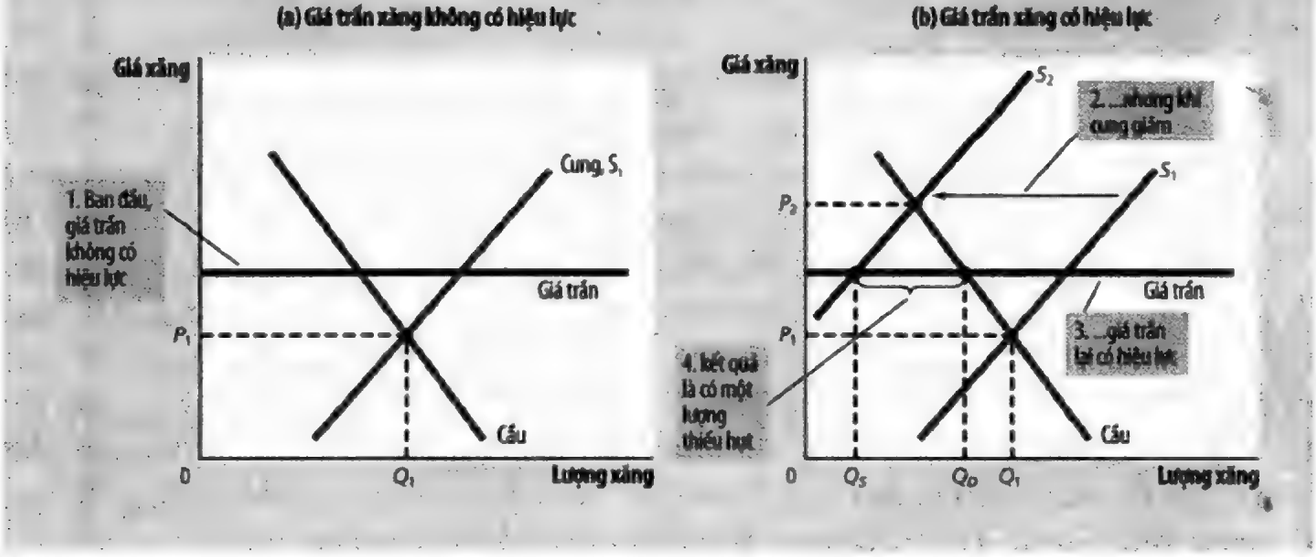
Như chúng ta đã thảo luận trong chương trước, vào năm 1973 Tổ chức Các Quốc gia Xuất khẩu Dầu mỏ (OPEC) đã tăng giá dầu thô trên thị trường dầu thế giới. Bởi vì dầu thô là đầu vào chính được sử dụng để sản xuất xăng, giá dầu cao hơn làm giảm cung xăng. Những hàng dài người mua tại các trạm xăng đã trở nên phổ biến, và những người lái xe thường phải chờ đợi hàng giờ chỉ để mua một vài gallon xăng.

Điều gì giải thích cho các hàng chờ dài tại trạm xăng? Hầu hết mọi người đổ lỗi cho OPEC. Chắc chắn, nếu OPEC không tăng giá dầu thô, tình trạng thiếu xăng sẽ không xảy ra. Tuy nhiên, các nhà kinh tế đổ lỗi cho các quy định mà chính phủ Hoa Kỳ đã áp dụng để hạn chế mức giá dầu các công ty bán ra.

Hình 2 cho thấy những gì đã xảy ra. Như thể hiện trong Hình 2(a), trước khi OPEC tăng giá dầu thô, giá cân bằng của xăng, P_1 thấp hơn giá trần. Do vậy, quy định giá cả không có tác động gì cả. Tuy nhiên, khi giá dầu thô tăng, tình hình đã thay đổi. Tăng giá dầu thô đã làm tăng chi phí sản xuất xăng, và điều này làm giảm cung xăng. Như Hình 2(b) cho thấy, đường cung dịch chuyển sang trái từ S_1 sang S_2. Trong một thị trường không bị kiểm soát, sự dịch chuyển của cung sẽ làm tăng giá cân bằng của xăng từ P_1 lên P_2, và thiếu hụt sẽ không xảy ra. Thay vào đó, giá trần ngăn cản giá tăng đến mức cân bằng. Tại giá trần, nhà sản xuất chỉ sẵn sàng bán Q_S, và người tiêu dùng sẵn sàng mua Q_D. Như vậy, sự dịch chuyển của cung gây ra một sự thiếu hụt nghiêm trọng tại mức giá quy định.

Hình 2
Thị trường xăng khi có giá trần

Hình 2(a) minh họa thị trường xăng khi giá trần không có hiệu lực bởi vì mức giá cân bằng P_1 thấp hơn giá trần. Hình 2(b) minh họa thị trường xăng sau khi tăng giá của dầu thô (đầu vào để sản xuất xăng) làm dịch chuyển đường cung về bên trái từ S_1 đến S_2. Trong một thị trường không bị kiểm soát, giá sẽ tăng từ P_1 đến P_2. Tuy nhiên, giá trần cản trở điều này xảy ra. Tại giá trần có hiệu lực, người tiêu dùng sẵn lòng để mua Q_S nhưng các nhà sản xuất xăng chỉ sẵn lòng bán Q_S. Chênh lệch giữa lượng cầu và lượng cung, $Q_D - Q_S$, đo lường lượng xăng thiếu hụt.



Cuối cùng, luật quy định giá xăng đã được bãi bỏ. Các nhà lập pháp đã hiểu rằng họ có một phần trách nhiệm cho nhiều giờ đồng hồ mà người dân Hoa Kỳ đã lãng phí do việc xếp hàng chờ đợi mua xăng. Ngày nay, khi giá dầu thô thay đổi, giá xăng có thể điều chỉnh để đẩy cung và cầu đến trạng thái cân bằng. ■

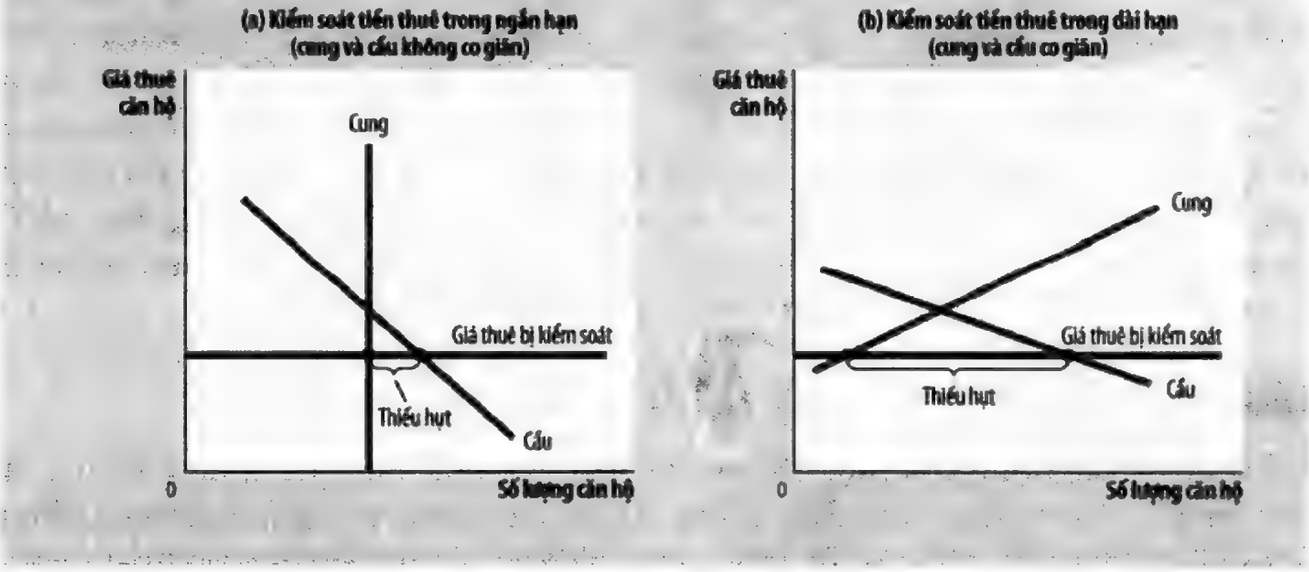
NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG *Kiểm soát tiền thuê nhà trong ngắn hạn và trong dài hạn*

Một ví dụ phổ biến của giá trần là kiểm soát tiền thuê nhà. Ở nhiều thành phố, chính quyền địa phương đặt một mức trần cho giá thuê mà chủ nhà có thể thu từ người đi thuê. Mục tiêu của chính sách này là để giúp đỡ người nghèo bằng cách làm cho nhà ở có mức giá dễ chi trả hơn. Các nhà kinh tế học thường xuyên chỉ trích việc kiểm soát tiền thuê khi họ cho rằng đây là một cách rất kém hiệu quả để giúp đỡ người nghèo nâng cao mức sống của họ. Một nhà kinh tế gọi kiểm soát tiền thuê là "cách tốt nhất để phá hủy một thành phố mà không cần phải đánh bom".

Các tác động ngược của kiểm soát tiền thuê nhà không rõ ràng lắm đối với người dân nói chung vì những tác động này diễn ra trong nhiều năm. Trong ngắn hạn, các chủ nhà có một số căn hộ cố định để cho thuê, và họ không có khả năng điều chỉnh con số này một cách nhanh chóng khi điều kiện thị trường thay đổi. Hơn nữa, số lượng người tìm kiếm nhà ở trong một thành phố có thể không phản ứng mạnh với tiền thuê trong ngắn hạn bởi vì mọi người mất thời gian để điều chỉnh sắp xếp chỗ ở của họ. Do đó, cung và cầu nhà ở trong ngắn hạn là tương đối không co giãn.

Hình 3(a) minh họa các tác động ngắn hạn của kiểm soát tiền thuê nhà: Bởi vì đường cung và đường cầu về căn hộ tương đối không co giãn, giá trần áp đặt bởi luật kiểm soát tiền thuê nhà chỉ gây ra sự thiếu hụt nhỏ của nhà ở. Hình 3(b) cho thấy các tác động dài hạn của kiểm soát tiền thuê nhà: Bởi vì đường cung và đường cầu về căn hộ là co giãn hơn, kiểm soát tiền thuê nhà gây ra sự thiếu hụt lớn.

Hình 3
Kiểm soát tiền thuê nhà trong ngắn hạn và trong dài hạn



Hình 3(a) cho thấy những tác động ngắn hạn của kiểm soát giá thuê trên thị trường nhà ở. Như với bất kỳ giá trần có hiệu lực nào, kiểm soát tiền thuê gây ra một sự thiếu hụt. Tuy nhiên, do cung và cầu không co giãn trong ngắn hạn, sự thiếu hụt ban đầu này do kiểm soát tiền thuê nhà là nhỏ. Tác động chủ yếu trong ngắn hạn là làm giảm giá thuê.

Câu chuyện dài hạn thì lại rất khác bởi vì người đi thuê và người cho thuê nhà ở phản ứng mạnh hơn với các điều kiện thị trường khi thời gian trôi qua. Về phía cung, chủ nhà đáp ứng với tiền thuê thấp bằng cách không xây dựng căn hộ mới và cũng không duy trì những căn hộ hiện có. Về phía cầu, giá thuê rẻ khuyến khích mọi người tìm căn hộ cho riêng mình (chứ không phải sống với cha mẹ hoặc chia sẻ căn hộ với bạn cùng phòng) và khuyến khích nhiều người vào thành phố. Vì vậy, cả cung và cầu đều co giãn hơn trong dài hạn.

Hình 3(b) mô tả thị trường nhà ở trong dài hạn. Khi kiểm soát tiền thuê làm giảm tiền thuê nhà xuống dưới mức cân bằng, lượng cung căn hộ giảm đáng kể, và lượng cầu căn hộ tăng đáng kể. Kết quả là một sự thiếu hụt lớn về nhà ở.

Ở các thành phố có kiểm soát tiền thuê, chủ sở hữu đất sử dụng các cơ chế khác nhau để sàng lọc. Một số chủ nhà giữ danh sách chờ dài. Những người khác thì thích cho những người không có con thuê. Vẫn có những người khác phân biệt đối xử trên cơ sở chủng tộc. Vài căn hộ được phân bổ cho những người sẵn sàng trả thêm những khoản tiền phi pháp để được ưu tiên. Về bản chất, những khoản hối lộ này làm cho mức giá cuối cùng của một căn hộ (bao gồm cả tiền hối lộ) tiến gần hơn đến mức giá cân bằng.

Để hiểu đầy đủ những tác động của việc kiểm soát tiền thuê nhà, chúng ta phải nhớ một trong *Mười Nguyên lý của Kinh tế học* ở Chương 1: Con người phản ứng với các động cơ khuyến khích. Trên thị trường tự do, chủ nhà cố gắng giữ cho nhà sạch sẽ và an toàn vì những căn hộ được đánh giá cao sẽ được cho thuê với giá cao hơn. Ngược lại, khi việc kiểm soát tiền thuê nhà tạo ra sự thiếu hụt và danh sách dài những người chờ thuê, chủ nhà bị mất động lực đáp ứng nhu cầu của người thuê. Tại sao chủ nhà phải dành tiền để duy trì và cải thiện nhà cho thuê trong khi mọi người đang chờ đợi để có được nó? Cuối cùng, người thuê nhà có giá thuê thấp hơn, nhưng họ cũng được cung cấp nhà ở chất lượng thấp hơn.

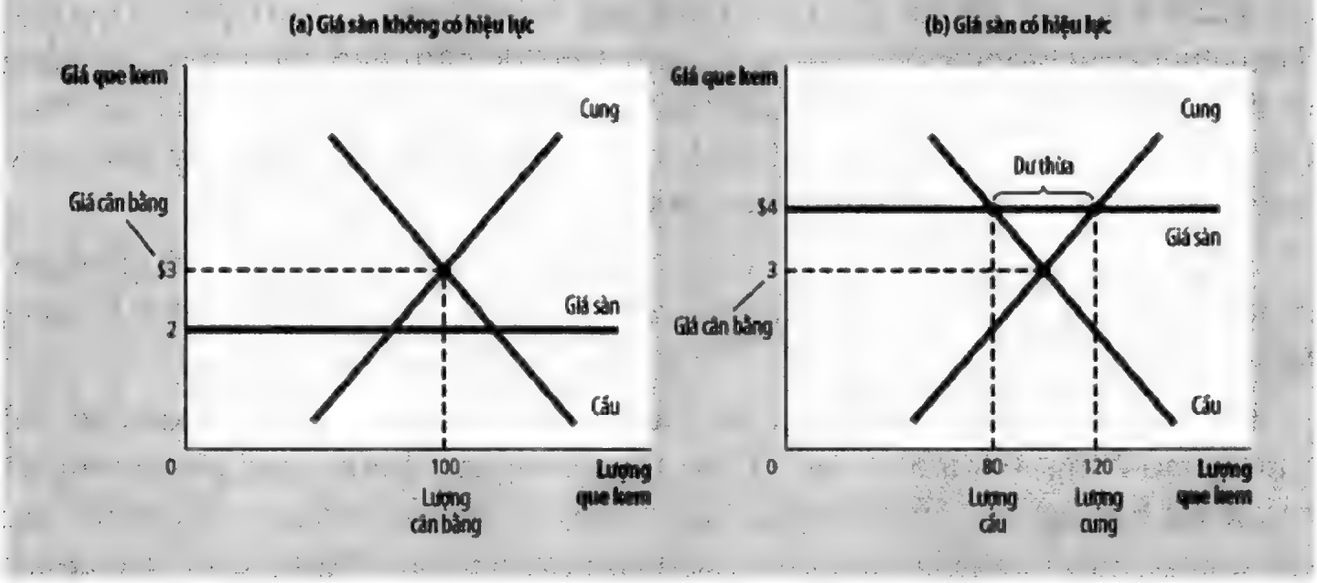
Các nhà hoạch định chính sách thường phản ứng với các tác động của kiểm soát tiền thuê nhà bằng cách áp đặt các quy định bổ sung. Ví dụ, nhiều luật khác nhau xem phân biệt chủng tộc là bất hợp pháp và yêu cầu chủ nhà cung cấp điều kiện sống tối thiểu phù hợp. Tuy nhiên, việc thực thi các luật này là rất khó khăn và tốn kém. Ngược lại, khi việc kiểm soát tiền thuê nhà được loại bỏ và thị trường nhà ở được quy định bởi các lực cạnh tranh, các luật như vậy là không cần thiết. Trong một thị trường tự do, giá nhà điều chỉnh nhằm xóa bỏ sự thiếu hụt, vốn làm phát sinh những hành vi không mong muốn của chủ nhà. ■

Cách thức giá sàn ảnh hưởng đến kết quả của thị trường

Để xem xét tác động của một cách kiểm soát giá khác của chính phủ, chúng ta hãy quay lại thị trường kem. Hãy tưởng tượng bây giờ chính phủ bị thuyết phục bởi những lời thỉnh cầu của Tổ chức Sản xuất Kem Quốc Gia mà các thành viên

Trong Hình 4(a), chính phủ áp đặt giá sàn 2 đô la. Bởi vì mức giá sàn này nằm dưới giá cân bằng là 3 đô la, giá sàn không có tác động gì. Giá thị trường điều chỉnh để cân bằng cung và cầu. Ở trạng thái cân bằng, lượng cung và lượng cầu đều bằng 100 que. Trong Hình 4(b), chính phủ áp đặt giá sàn là 4 đô la, trên mức giá cân bằng là 3 đô la. Do đó, giá thị trường bằng 4 đô la. Bởi vì lượng cung là 120 que kem ở mức giá này và lượng cầu chỉ có 80, có một lượng dư thừa 40 que kem.

Hình 4
Thị trường khi có giá sàn



cảm thấy mức giá cân bằng 3 đô la là quá thấp. Trong trường hợp này, chính phủ có thể áp đặt một mức giá sàn. Giá sàn, như giá trần, là một nỗ lực của chính phủ để duy trì giá ở mức khác hơn mức cân bằng. Trong khi giá trần là giá tối đa theo luật định, giá sàn là giá tối thiểu theo luật định.

Khi chính phủ áp đặt một mức giá sàn trên thị trường kem, có thể có hai khả năng. Nếu chính phủ áp đặt giá sàn 2 đô la cho mỗi que kem trong khi giá cân bằng là 3 đô la, chúng ta có được kết quả trong Hình 4(a). Trong trường hợp này, bởi vì mức giá cân bằng là cao hơn giá sàn, mặt bằng giá không bị ràng buộc. Các lực thị trường tự nhiên làm dịch chuyển nền kinh tế đến cân bằng, và giá sàn không có tác động.

Hình 4(b) cho thấy những gì xảy ra khi chính phủ áp đặt giá sàn là 4 đô la cho mỗi que kem. Trong trường hợp này, vì mức giá cân bằng 3 đô la là dưới sàn, giá sàn là một ràng buộc có hiệu lực trên thị trường. Các lực cung và cầu có xu hướng làm dịch chuyển mức giá thị trường đến với mức giá cân bằng, nhưng khi giá thị trường chạm sàn, nó không thể giảm thêm nữa. Giá thị trường bằng với giá sàn. Tại mức giá sàn này, lượng cung kem (120 que) vượt quá lượng cầu (80 que). Một số người muốn bán kem với mức giá sàn sẽ không thể bán được hàng. *Như vậy, giá sàn có hiệu lực này gây ra một sự dư thừa hàng hóa.*

Thiếu hụt, kết quả của giá trần, có thể dẫn đến cơ chế sàng lọc và phân phối không mong muốn, dư thừa do giá sàn cũng vậy. Trong trường hợp giá sàn, một số người bán không thể bán sản lượng họ muốn ở mức giá thị trường. Những người bán hàng không bị thành kiến cá nhân của người mua, có thể là về mối quan hệ chủng tộc hoặc gia đình, có thể dễ bán hàng của họ hơn những người khác. Ngược lại, trong một thị trường tự do, giá phục vụ như là cơ chế phân phối, và người bán có thể bán tất cả hàng hóa họ muốn tại mức giá cân bằng.

NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG

Lương tối thiểu

Một ví dụ quan trọng của giá sàn là mức lương tối thiểu. Luật lương tối thiểu áp đặt một mức lương thấp nhất cho người lao động mà người sử dụng lao động phải trả. Quốc hội Hoa Kỳ lần đầu tiên thông qua mức lương tối thiểu theo Đạo luật Tiêu chuẩn Lao động Công bằng vào năm 1938 để đảm bảo cho người lao động có được một tiêu chuẩn sống tối thiểu. Trong năm 2009, mức lương tối thiểu theo quy định của luật liên bang là 7,25 đô la cho một giờ. (Một số bang quy định mức lương tối thiểu cao hơn mức của liên bang.)

Hầu hết các quốc gia châu Âu cũng có luật lương tối thiểu, một số quốc gia, chẳng hạn như Pháp và Vương quốc Anh, có mức lương tối thiểu cao hơn đáng kể so với Hoa Kỳ.

Để nghiên cứu tác động của mức lương tối thiểu, chúng ta phải xem xét thị trường lao động. Hình 5(a) minh họa thị trường lao động, cũng giống như tất cả các thị trường, nó vận hành phụ thuộc vào các lực của cung và cầu. Người lao động quyết định cung lao động và các doanh nghiệp quyết định cầu. Nếu chính phủ không can thiệp, mức lương bình thường điều chỉnh để cân bằng cung và cầu lao động.

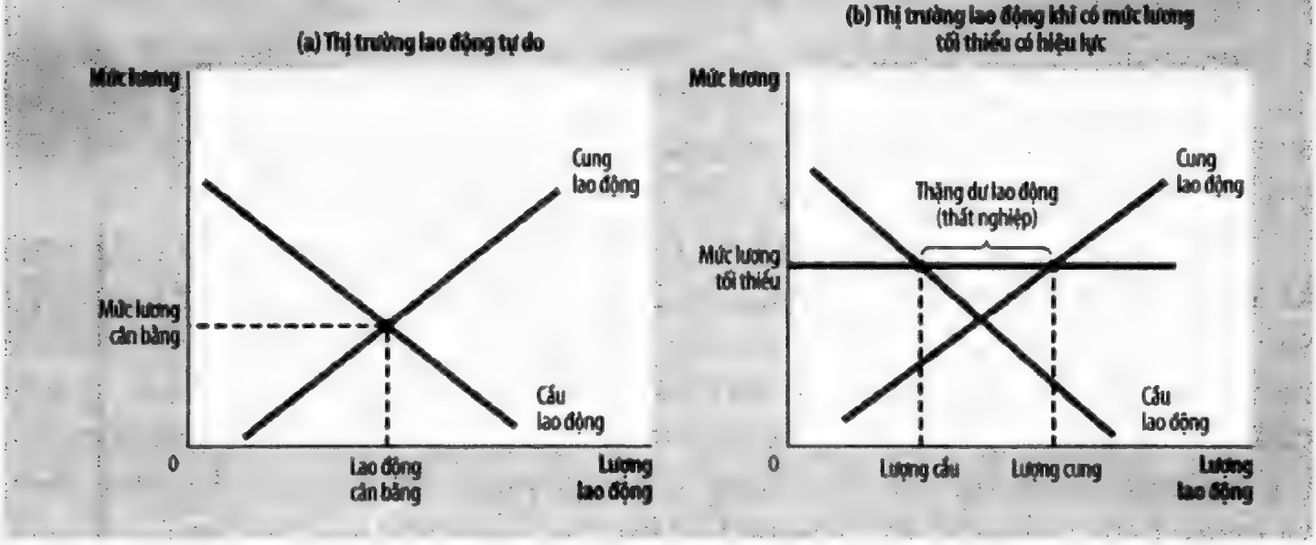
Hình 5(b) cho thấy thị trường lao động với mức lương tối thiểu. Nếu mức lương tối thiểu cao hơn mức cân bằng, lượng cung lao động vượt quá lượng cầu. Kết quả là tồn tại thất nghiệp. Như vậy, mức lương tối thiểu giúp tăng thu nhập của những người lao động có việc làm, nhưng nó làm giảm thu nhập của người lao động không thể tìm được việc.

Để hiểu đầy đủ về mức lương tối thiểu, hãy luôn nhớ rằng nền kinh tế không chỉ có một thị trường lao động duy nhất mà tồn tại nhiều thị trường lao động

Hình 5

Cách thức lương tối thiểu tác động đến thị trường lao động

Hình 5(a) minh họa một thị trường lao động trong trường hợp mức lương điều chỉnh để cân bằng cung và cầu lao động. Hình 5(b) cho thấy tác động của mức lương tối thiểu có hiệu lực. Vì mức lương tối thiểu là một loại giá sàn, nó gây ra một lượng dư thừa: Lượng cung lao động vượt quá lượng cầu. Kết quả là có thất nghiệp.



cho nhiều loại lao động khác nhau. Tác động của mức lương tối thiểu phụ thuộc vào kỹ năng và kinh nghiệm của người lao động. Công nhân có tay nghề cao và giàu kinh nghiệm không bị ảnh hưởng bởi vì tiền lương cân bằng của họ cao hơn mức tối thiểu. Đối với những người lao động này, mức lương tối thiểu là không có hiệu lực.

Mức lương tối thiểu có tác động lớn nhất trên thị trường lao động thanh thiếu niên. Mức lương cân bằng của lao động thanh thiếu niên là thấp vì thanh thiếu niên thuộc nhóm lao động có kỹ năng và kinh nghiệm thấp nhất của lực lượng lao động. Ngoài ra, lao động thanh thiếu niên thường sẵn sàng chấp nhận một mức lương thấp hơn để đổi lấy sự đào tạo trong công việc. (Một số lao động thanh thiếu niên sẵn sàng làm việc như "tập sự" không lương. Tuy nhiên, vì tập sự là không lương, mức lương tối thiểu không áp dụng cho họ. Nếu làm như vậy, những việc làm này xem như không tồn tại.) Kết quả là mức lương tối thiểu thường ràng buộc hơn đối với lao động thanh thiếu niên so với các thành viên khác của lực lượng lao động

Nhiều nhà kinh tế đã nghiên cứu cách thức luật lương tối thiểu ảnh hưởng đến thị trường lao động thanh thiếu niên. Các nhà nghiên cứu đã so sánh những thay đổi trong mức lương tối thiểu theo thời gian với những thay đổi trong việc làm cho thanh thiếu niên. Mặc dù có một số cuộc tranh luận về cách thức mức lương tối thiểu ảnh hưởng đến việc làm như thế nào, các nghiên cứu điển hình cho thấy rằng một sự gia tăng 10 phần trăm trong mức lương tối thiểu gây mất việc làm cho lao động thanh thiếu niên từ 1 đến 3 phần trăm. Để giải thích kết quả ước lượng này, lưu ý rằng một sự gia tăng 10 phần trăm của mức lương tối thiểu không làm tăng mức lương trung bình của lao động thanh thiếu niên bằng 10 phần trăm. Một sự thay đổi của luật lương tối thiểu không tác động trực tiếp đến những lao động thanh thiếu niên khi những người này đã được trả lương cao hơn mức tối thiểu, và việc thi hành luật lương tối thiểu không phải là hoàn hảo. Như vậy, mức giảm việc làm từ 1 đến 3 phần trăm như đã ước lượng là đáng kể.

Ngoài việc thay đổi lượng cầu lao động, lương tối thiểu cũng làm thay đổi lượng cung. Bởi vì lương tối thiểu làm tăng mức lương mà lao động thanh thiếu niên có thể kiếm được, nó làm tăng số lượng thanh thiếu niên muốn tìm việc làm. Nghiên cứu cho thấy ảnh hưởng của lương tối thiểu là cao hơn đối với các nhóm thanh thiếu niên được tuyển dụng. Khi mức lương tối thiểu tăng lên, một số thanh thiếu niên đang học phổ thông trung học chọn bỏ học để có việc làm. Những học sinh bỏ học mới này giành việc làm và thay thế nhóm thanh thiếu niên vốn đã bỏ học trước đây để đi làm và giờ đây trở nên thất nghiệp.

Lương tối thiểu là một chủ đề tranh luận thường xuyên. Các nhà kinh tế học phần lớn đều tham gia vào vấn đề này. Trong một cuộc khảo sát các nghiên cứu kinh tế học năm 2006, có 47 phần trăm ủng hộ loại bỏ mức lương tối thiểu, trong khi 14 phần trăm muốn duy trì ở mức hiện tại và 38 phần trăm yêu cầu tăng lương tối thiểu.

Những người ủng hộ lương tối thiểu xem chính sách này như một cách để nâng cao thu nhập của người lao động nghèo. Họ chỉ ra rằng những người lao

động kiếm được mức lương tối thiểu chỉ có thể đủ khả năng đáp ứng tiêu chuẩn tối thiểu của cuộc sống. Trong năm 2009, khi mức lương tối thiểu là 7,25 đô la một giờ, hai người lớn làm việc 40 giờ mỗi tuần với công việc có mức lương tối thiểu có thu nhập hàng năm tổng cộng chỉ có 30.160 đô la, thấp hơn hai phần ba thu nhập gia đình trung bình ở Hoa Kỳ. Nhiều người ủng hộ mức lương tối thiểu thừa nhận nó gây ra một số tác dụng phụ, bao gồm thất nghiệp, nhưng họ tin rằng những hiệu ứng này nhỏ, và với tất cả mọi thứ đã được xem xét, mức lương tối thiểu cao hơn làm cho người nghèo tốt hơn.

Những người phản đối lương tối thiểu cho rằng nó không phải là cách tốt nhất để chống lại đói nghèo. Họ lưu ý rằng lương tối thiểu cao gây ra tình trạng thất nghiệp, khuyến khích lứa tuổi thanh thiếu niên bỏ học, và hạn chế việc huấn luyện các kỹ năng công việc cho một số lao động phổ thông. Hơn nữa, người phản đối lương tối thiểu đã chỉ ra đó là một chính sách không nhắm đúng đối tượng mục tiêu. Không phải tất cả người lao động hưởng mức lương tối thiểu là người trụ cột của các hộ gia đình đang cố gắng giúp đỡ gia đình thoát khỏi đói nghèo. Trên thực tế, chưa tới một phần ba số người có thu nhập là mức lương tối thiểu thuộc các gia đình có thu nhập dưới mức nghèo. Phần đông là thanh thiếu niên trong các gia đình thuộc tầng lớp trung lưu làm việc bán thời gian để có thêm tiền chi tiêu. ■

Đánh giá việc kiểm soát giá

Một trong *Mười Nguyên lý của Kinh tế học* được thảo luận trong Chương 1 là *thị trường thường là một cách tốt để tổ chức hoạt động kinh tế*. Nguyên lý này giải thích tại sao các nhà kinh tế thường phản đối giá trần và giá sàn. Đối với các nhà kinh tế học, giá không phải là kết quả của những quá trình vô tổ chức. Họ tranh luận rằng giá là kết quả của hàng triệu quyết định của các doanh nghiệp và của người tiêu dùng được minh họa theo các đường cung và đường cầu. Giá có chức năng quan trọng trong việc cân đối cung và cầu, và do vậy điều phối các hoạt động kinh tế. Khi các nhà hoạch định chính sách xác định giá bằng cách can thiệp, họ che khuất các tín hiệu bình thường hướng dẫn phân bổ nguồn lực của xã hội.

Một trong *Mười Nguyên lý của Kinh tế học* là chính phủ đôi khi có thể cải thiện kết quả thị trường. Trên thực tế, các nhà hoạch định chính sách được dẫn dắt đến việc kiểm soát giá bởi vì họ cho rằng kết quả của thị trường là không công bằng. Kiểm soát giá thường nhằm mục đích giúp đỡ người nghèo. Ví dụ, luật kiểm soát tiền thuê nhà cố gắng làm cho giá thuê nhà ở rẻ hơn cho tất cả mọi người, và luật lương tối thiểu cố gắng giúp mọi người thoát khỏi đói nghèo.

Tuy nhiên, kiểm soát giá cả thường làm tổn thương những người mà họ đang cố gắng giúp đỡ. Kiểm soát tiền thuê nhà có thể giữ giá thuê thấp, nhưng nó không khuyến khích chủ nhà chăm sóc nhà cho thuê của họ và làm cho nhà ở khó tìm. Luật lương tối thiểu có thể tăng thu nhập của một số công nhân, nhưng cũng gây ra thất nghiệp cho các công nhân khác.

Giúp đỡ những người có nhu cầu có thể được thực hiện theo những cách khác hơn so với kiểm soát giá. Ví dụ, chính phủ có thể làm cho giá nhà ở rẻ hơn bằng

THEO DÒNG THỜI SỰ **Có nên cho phép thực tập không lương?**

Một số sinh viên chấp nhận đi thực tập không lương để có được các kỹ năng và kinh nghiệm. Các nhà lập pháp đang bắt đầu đặt câu hỏi liệu việc này có hợp luật hay không.

THỰC TẬP KHÔNG LƯƠNG: HỢP PHÁP HAY KHÔNG?

STEVEN GREENHOUSE

Với tình trạng việc làm khan hiếm đối với những người trẻ, số lượng thực tập không được hưởng lương đã tăng trong những năm gần đây, dẫn đến việc các nhà lập pháp liên bang và bang quan ngại về nguy cơ có nhiều chủ doanh nghiệp đang sử dụng bất hợp pháp thực tập sinh như lao động mà không phải đóng thuế.

Được thuyết phục bởi quan điểm cho rằng nhiều thực tập không lương như vậy vi phạm luật lương tối thiểu, các quan chức tại Oregon, California và các bang khác bắt đầu điều tra và phạt người sử dụng lao động. Năm ngoái, M. Patrica Smith, sau này là Ủy Viên Hội đồng Lao Động của New York, đã ra lệnh điều tra về việc thực tập ở một số công ty. Hiện nay, là cán bộ cao cấp cưỡng chế thi hành luật của Cơ Quan Lao động Liên Bang, bà và Cục Tiền lương đang đẩy mạnh thực thi mức lương tối thiểu trên toàn quốc....

Bộ Lao động khẳng định rằng việc các công ty không trả lương cho thực tập sinh là hành vi phạm luật, và mở rộng những nỗ lực phổ biến đến các công ty, các trường đại học và sinh viên về pháp luật liên quan đến thực tập.

"Nếu bạn là một người sử dụng lao động vì lợi nhuận hoặc bạn muốn thực tập với một người sử dụng lao động vì lợi nhuận, hãy nhớ rằng hiếm có trường hợp nào mà thực tập không có thù lao theo luật định" Nancy J. Leppink, quyền giám đốc của Cục Tiền lương, nói.

Ghi chú của tác giả: Các luật bàn trong bài viết này đang được áp dụng cho các công ty vì lợi nhuận nhưng không áp dụng cho chính phủ. Nhiều thực tập sinh của chính phủ, kể cả những cơ quan của Quốc hội, là không có thù lao. Bộ Lao động Hoa Kỳ không ngăn cấm việc này.

Nguồn: *New York Times*, 2 tháng 4, 2010

cách trả một phần nhỏ trong số tiền thuê nhà cho các gia đình nghèo. Không giống như kiểm soát tiền thuê nhà, trợ cấp thuê nhà như vậy không làm giảm số lượng các nhà cung cấp và do đó, không dẫn đến tình trạng thiếu nhà ở. Tương tự như vậy, phụ cấp lương nâng cao đời sống của người lao động nghèo không ngăn cản các công ty thuê họ. Một ví dụ của trợ cấp lương là *ưu đãi thuế thu nhập*, một chương trình của chính phủ nhằm bổ sung thu nhập cho người lao động có thu nhập thấp.

Mặc dù các chính sách thay thế thường tốt hơn so với kiểm soát giá, chúng cũng không phải hoàn hảo. Trợ cấp tiền thuê nhà và tiền lương lấy từ tiền của chính phủ và do đó yêu cầu các loại thuế cao hơn. Như chúng ta thấy trong phần tiếp theo, thuế có chi phí riêng của nó.

KIỂM TRA NHANH: *Định nghĩa giá trần và giá sàn? Cho ví dụ trong mỗi trường hợp? Cái nào gây thiếu hụt và cái nào gây dư thừa? Tại sao?*

THUẾ

Tất cả các chính phủ – từ chính phủ liên bang ở Washington DC, đến chính quyền địa phương ở các thị trấn nhỏ sử dụng thuế để tạo nguồn thu cho các dự án công, chẳng hạn như đường giao thông, trường học và an ninh quốc phòng. Bởi vì thuế là một công cụ chính sách quan trọng, và bởi vì chúng tác động đến cuộc sống của chúng ta theo nhiều cách, chúng ta nghiên cứu về thuế nhiều lần trong cuốn sách này. Trong phần này, chúng ta bắt đầu nghiên cứu về tác động của thuế đến nền kinh tế.

Để thiết lập quá trình phân tích, hãy tưởng tượng rằng một chính quyền địa phương quyết định tổ chức lễ kỷ niệm kem hàng năm – với một cuộc diễu hành, bắn pháo hoa, và phát biểu của các quan chức thành phố. Để tạo nguồn thu nhằm trả cho sự kiện này, thành phố quyết định đặt một mức thuế 0,50 đô la lên doanh thu từ những que kem. Khi kế hoạch được công bố, hai nhóm vận động hành lang bước vào hành động. Hiệp Hội Người Tiêu dùng Kem Hoa Kỳ tuyên bố người tiêu dùng kem đang gặp khó khăn, không đủ sống, và lập luận rằng *người bán kem* phải nộp thuế. Tổ Chức Các Nhà Sản Xuất Kem lại tuyên bố các thành viên của mình đang đấu tranh để tồn tại trong thị trường cạnh tranh, và cho rằng *người mua kem* nên nộp thuế. Thị trưởng thành phố, hy vọng sẽ đạt được một sự thỏa hiệp, đề xuất người bán và người mua mỗi bên trả một nửa.

Để phân tích những đề nghị đó, chúng ta cần phải giải quyết một câu hỏi đơn giản nhưng tế nhị: Khi chính phủ đánh thuế vào một hàng hóa, ai thực sự là người phải chịu gánh nặng thuế? Có phải là người mua hàng hóa hay không? Có phải là người bán hàng hóa hay không? Hoặc nếu người mua và người bán cùng chia sẻ gánh nặng thuế, điều gì quyết định cách thức mà gánh nặng sẽ được chia sẻ? Liệu chính phủ có thể đơn giản quy định phân chia gánh nặng thuế, hay là việc phân chia được xác định bởi các lực thị trường cơ bản như là một công cụ quan trọng đang được đề nghị? **Phạm vi ảnh hưởng của thuế**[1] là thuật ngữ chỉ cách thức mà gánh nặng thuế được chia sẻ giữa những người khác nhau cùng hoạt động trong nền kinh tế. Như chúng ta sẽ thấy, một số bài học đáng ngạc nhiên về phạm vi ảnh hưởng của thuế có thể được làm rõ bằng cách áp dụng các công cụ cung và cầu.

Cách thức thuế đánh vào người bán tác động đến kết quả thị trường

Chúng ta bắt đầu bằng cách xem xét thuế đánh vào người bán hàng hóa. Giả sử chính quyền địa phương thông qua luật yêu cầu người bán kem phải nộp 0,50 đô la thuế cho mỗi que kem mà họ bán. Luật này ảnh hưởng đến người mua và người bán kem như thế nào? Để trả lời câu hỏi này, chúng ta có thể làm theo ba bước trong Chương 4 để phân tích cung và cầu: (1) Chúng ta xác định luật thuế ảnh hưởng đến đường cung hay đường cầu. (2) Chúng ta xác định chiều hướng thay

1. **Phạm vi ảnh hưởng của thuế**: cách thức mà theo đó gánh nặng thuế được chia sẻ giữa các bên tham gia thị trường.

đổi của các đường này. Và (3) chúng ta xem xét sự thay đổi ảnh hưởng đến giá và sản lượng cân bằng.

Bước 1: Tác động tức thời của thuế là đối với người bán kem. Vì thuế không áp dụng đối với người mua, lượng cầu của kem tại bất kỳ mức giá nào cũng sẽ không đổi; do đó, đường cầu không thay đổi. Ngược lại, thuế đánh vào người bán hàng làm cho hoạt động kinh doanh kem tạo ít lợi nhuận hơn tại bất kỳ giá nào, do đó, nó làm dịch chuyển đường cung.

Bước 2: Bởi vì thuế đánh vào người bán làm tăng chi phí sản xuất và kinh doanh kem, nó làm giảm lượng cung ở mọi mức giá. Đường cung dịch chuyển sang trái (hoặc lên trên).

Ngoài việc xác định hướng mà đường cung di chuyển, chúng ta cũng có thể xác định chính xác về mức độ của sự dịch chuyển này. Tại bất kỳ mức giá thị trường nào của kem, mức giá thực sự đối với người bán, tức là số tiền mà họ nhận được sau khi nộp thuế đều thấp hơn một khoản 0,50 đô la. Ví dụ, nếu giá thị trường cho một que kem là 2 đô la, giá thực sự mà người bán hàng nhận được sẽ là 1,5 đô la. Bất kể mức giá thị trường nào đi chăng nữa, người bán sẽ cung cấp một lượng kem như là họ cung cấp tại mức giá thấp hơn giá thị trường 0,5 đô la. Nói cách khác, để người bán cung cấp một số lượng như cũ, giá thị trường bây giờ phải cao hơn một khoản 0,50 đô la để bù đắp cho tác động của thuế. Do đó, như thể hiện trong Hình 6, đường cung dịch chuyển lên trên từ S_1 đến S_2 bằng chính mức của thuế (0,5 đô la).

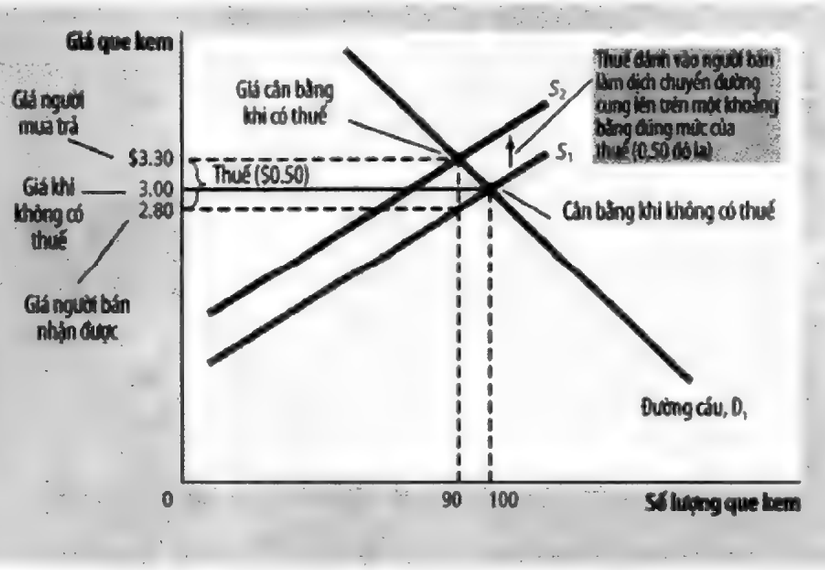
Bước 3: Sau khi xác định cách thức mà đường cung dịch chuyển, chúng ta có thể so sánh cân bằng ban đầu và cân bằng mới. Hình 6 minh họa mức giá cân bằng của kem tăng từ 3,00 đô la đến 3,30 đô la, và lượng cân bằng giảm từ 100 xuống 90 que. Bởi vì người bán bán ít hàng hóa hơn và người mua mua ít hơn tại cân bằng mới, thuế đã làm giảm quy mô của thị trường kem.

Hàm ý: Bây giờ chúng ta có thể trở lại câu hỏi về phạm vi ảnh hưởng của thuế: Ai phải nộp thuế? Mặc dù người bán nộp toàn bộ tiền thuế cho chính phủ, người mua và người bán cùng chia sẻ gánh nặng này. Bởi vì giá thị trường tăng từ 3,00 đô la lên đến 3,30 đô la khi thuế được áp dụng, người mua phải trả thêm 0,30 đô la cho mỗi que kem so với khi chưa có thuế. Như vậy, thuế làm cho người mua

Hình 6

Thuế đánh vào người bán

Khi một mức thuế 0,5 đô la được áp dụng đối với người bán, đường cung dịch chuyển lên một khoảng 0,5 đô la từ S_1 sang S_2. Lượng cân bằng giảm từ 100 xuống 90 que. Giá mà người mua trả tăng từ 3 đô la lên đến 3,3 đô la. Giá mà người bán nhận được (sau khi nộp thuế) giảm từ 3 đô la xuống còn 2,8 đô la. Mặc dù thuế được áp dụng đối với người bán, người mua và người bán hàng cùng chia sẻ gánh nặng thuế.



bị thiệt. Người bán nhận được mức giá cao hơn (3,30 đô la) từ người mua so với trước đây, nhưng giá hiệu quả sau khi nộp thuế giảm từ 3,00 đô la trước thuế xuống còn 2,8 đô la sau thuế (3,30 đô la - 0,50 đô la = 2,80 đô la). Như vậy, thuế cũng làm cho người bán bị thiệt.

Tóm lại, phân tích vừa rồi rút ra hai bài học:

- Thuế hạn chế hoạt động thị trường. Khi một hàng hóa bị đánh thuế, lượng hàng hóa bán ra là nhỏ hơn ở trạng thái cân bằng mới.
- Người mua và người bán cùng chia sẻ gánh nặng thuế. Tại trạng thái cân bằng mới, người mua phải trả thêm tiền cho hàng hóa, và người bán nhận được ít hơn.

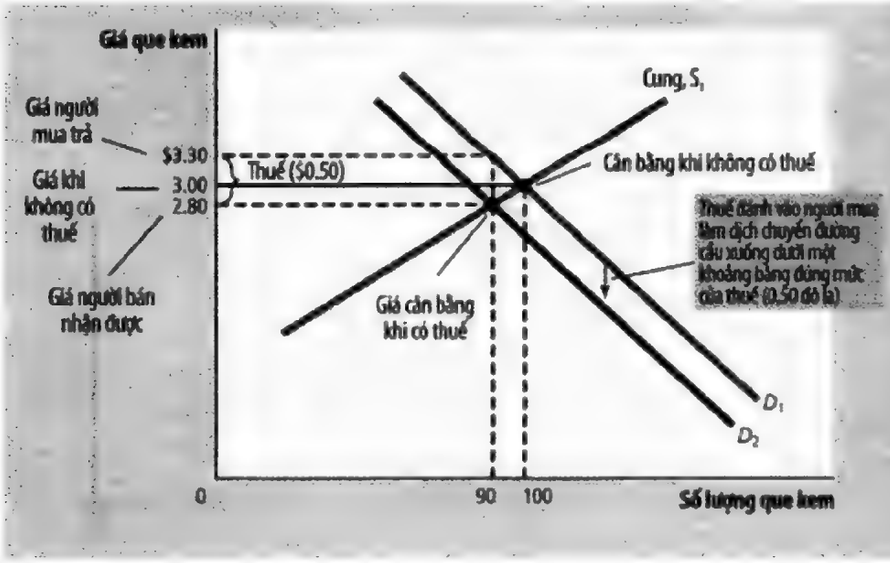
Cách thức thuế đánh vào người mua tác động đến kết quả thị trường

Bây giờ hãy xem xét thuế đánh vào người mua hàng hóa. Giả sử chính quyền địa phương thông qua luật yêu cầu người mua kem phải nộp 0,50 đô la cho chính phủ với mỗi que kem họ mua. Tác động của luật thuế này là gì? Một lần nữa, chúng ta áp dụng ba bước.

Bước 1: Tác động ban đầu của thuế phát sinh đối với cầu của kem. Đường cung không bị ảnh hưởng bởi vì đối với bất kỳ giá nào của kem, người bán có động cơ như cũ để cung cấp kem cho thị trường. Ngược lại, người mua bây giờ phải trả thuế cho chính phủ (cũng như giá cho người bán) bất cứ khi nào họ mua kem. Như vậy, thuế làm dịch chuyển đường cầu của kem.

Bước 2: Tiếp theo chúng ta xác định hướng của sự dịch chuyển này. Bởi vì thuế đánh vào người mua làm cho việc mua kem trở nên kém hấp dẫn đi, người mua cần một lượng kem nhỏ hơn ở mọi mức giá. Kết quả là đường cầu dịch chuyển sang trái (hoặc một cách tương đương, xuống dưới), như thể hiện trong Hình 7.

Một lần nữa, chúng ta có thể xác định chính xác mức độ của sự dịch chuyển này. Bởi vì có một mức thuế 0,50 đô la đánh vào người mua, mức giá thực sự đối với người mua bây giờ cao hơn 0,50 đô la so với giá thị trường (bất kể giá thị trường sẽ là bao nhiêu đi chăng nữa). Ví dụ, nếu giá thị trường của một que kem là 2,00 đô la, giá thực sự đối với người mua sẽ là 2,50 đô la. Bởi vì người mua dựa



Hình 7

Thuế đánh vào người mua

Khi thuế 0,5 đô la được áp dụng đối với người mua, đường cầu dịch chuyển xuống một khoảng đúng bằng 0,5 đô la từ D_1 xuống D_2. Sản lượng cân bằng giảm từ 100 xuống 90 que kem. Mức giá mà người bán nhận được giảm từ 3 đô la xuống 2,8 đô la. Mức giá mà người mua trả (bao gồm cả thuế) tăng từ 3,00 đô la lên 3,30 đô la. Mặc dù thuế được áp dụng đối với người mua, người mua và người bán cùng chia sẻ gánh nặng thuế.

vào tổng chi phí của họ bao gồm cả thuế, lượng cầu về kem của họ giống như khi giá thị trường cao hơn 0,50 đô la so với mức giá trên thực tế. Nói cách khác, để người mua cần bất kỳ lượng kem nào, giá thị trường bây giờ phải thấp hơn một mức là 0,50 đô la để bù đắp cho tác động của thuế. Như vậy, thuế làm dịch chuyển đường cầu *xuống dưới* từ D_1 đến D_2 bằng chính mức thuế (0,50 đô la).

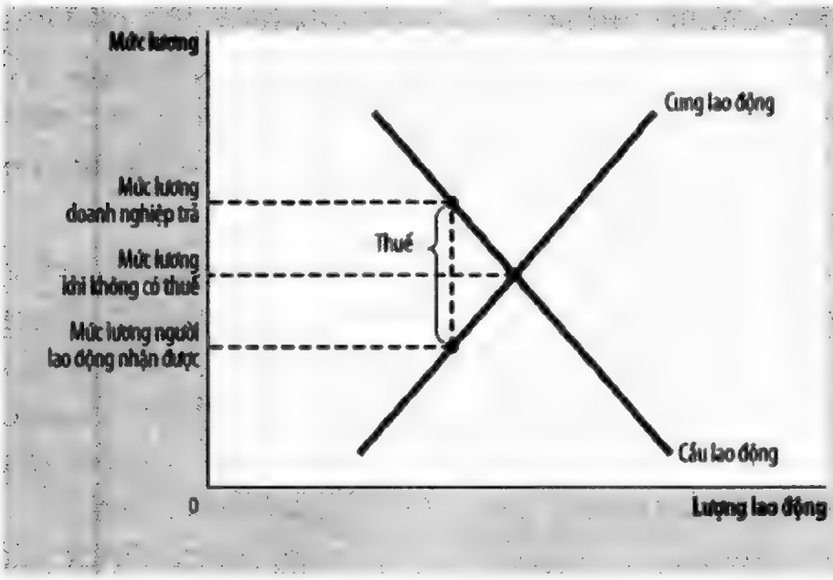
Bước 3: Sau khi xác định cách thức đường cầu dịch chuyển, chúng ta có thể xem xét tác động của thuế bằng cách so sánh trạng thái cân bằng ban đầu và cân bằng mới. Bạn có thể thấy trong hình, rằng giá cân bằng của kem giảm từ 3,00 đô la xuống còn 2,80 đô la và lượng cân bằng giảm từ 100 xuống 90 que. Một lần nữa, thuế đánh vào mặt hàng kem làm giảm quy mô của thị trường kem. Và một lần nữa, người mua và người bán cùng chia sẻ gánh nặng thuế. Người bán nhận được một mức giá thấp hơn cho sản phẩm của họ, người mua chỉ phải trả một mức giá thấp hơn cho người bán so với mức giá trước kia, nhưng giá thực sự (bao gồm cả thuế người mua phải trả) tăng từ 3,00 đô la lên 3,30 đô la.

Hàm ý: Nếu bạn so sánh Hình 6 và Hình 7, bạn sẽ thấy một kết luận đáng ngạc nhiên: *Thuế đánh vào người bán và thuế đánh vào người mua là tương đương nhau.* Trong cả hai trường hợp, thuế tạo ra chênh lệch giữa mức giá mà người mua phải trả và mức giá mà người bán nhận được. Sự chênh lệch giữa giá của người mua và giá của người bán là như nhau, bất kể thuế đánh vào người mua hay người bán. Trong bất kỳ trường hợp nào, chênh lệch này làm dịch chuyển vị trí tương đối của đường cung và đường cầu. Ở trạng thái cân bằng mới, người mua và người bán cùng chia sẻ gánh nặng thuế. Sự khác biệt duy nhất giữa thuế đánh vào người bán và thuế đánh vào người mua là ai sẽ là người đi nộp tiền thuế cho chính phủ.

Tính chất tương đồng của hai loại thuế này là dễ hiểu nếu chúng ta tưởng tượng rằng chính phủ thu 0,50 đô la tiền thuế kem để vào một cái tô được đặt ở tại quầy tính tiền trong mỗi cửa hàng bán kem. Khi chính phủ đánh thuế vào người bán, người bán được yêu cầu phải đặt 0,50 đô la vào cái tô sau khi bán được mỗi que kem. Khi chính phủ đánh thuế vào người mua, người mua được yêu cầu đặt 0,50 đô la vào tô mỗi khi mua một que kem. Việc 0,50 đô la đi trực tiếp từ túi của người mua vào trong tô, hay gián tiếp từ túi của người mua vào tay của người bán và sau đó vào tô, là không quan trọng. Một khi thị trường đạt đến trạng thái cân bằng mới, người mua và người bán hàng chia sẻ gánh nặng, bất kể thuế được đánh như thế nào.

NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG — *Liệu Quốc hội có thể phân phối được gánh nặng của thuế tiền lương?*

Nếu bạn đã từng nhận được tờ séc trả lương, bạn có thể nhận thấy rằng các loại thuế đã được khấu trừ vào số tiền mà bạn kiếm được. Một trong các loại thuế đó được gọi là FICA, viết tắt của *Federal Insurance Contributions Act* (Đạo Luật Đóng Góp Bảo Hiểm Liên Bang). Chính phủ liên bang sử dụng nguồn thu từ thuế FICA để chi cho An Sinh Xã Hội và Chăm Sóc Y Tế, các chương trình hỗ trợ thu nhập và chăm sóc sức khỏe cho người cao tuổi. FICA là một ví dụ về *thuế tiền lương*, đó



Hình 8
Thuế tiền lương

Thuế tiền lương tạo ra chênh lệch giữa mức lương mà người lao động nhận được và mức lương mà doanh nghiệp trả. So sánh mức lương khi có và không có thuế, bạn có thể thấy rằng người lao động và doanh nghiệp cùng chia sẻ gánh nặng thuế. Phân bổ gánh nặng thuế giữa người lao động và doanh nghiệp không phụ thuộc vào việc các chính phủ đánh thuế này vào người lao động hay đánh thuế này vào doanh nghiệp, hay phân chia thuế bằng nhau giữa hai nhóm.

là thuế đánh vào tiền lương mà các doanh nghiệp trả cho người lao động. Trong năm 2010, tổng số tiền thuế FICA đối với người lao động điển hình chiếm 15,3 phần trăm tiền lương.

Bạn nghĩ ai phải chịu gánh nặng thuế thu nhập này: doanh nghiệp hay người lao động?

Khi thông qua luật này, Quốc hội đã cố gắng áp đặt sự phân chia gánh nặng thuế. Theo luật này, một nửa số thuế được trả bởi các doanh nghiệp, và một nửa còn lại được trả bởi người lao động. Điều đó có nghĩa là một nửa số thuế được trả từ doanh thu của các doanh nghiệp, và một nửa được khấu trừ từ lương của người lao động. Số tiền xuất hiện như một khoản khấu trừ vào phiếu lương của bạn chính là sự đóng góp của người lao động.

Tuy nhiên, phân tích của chúng ta về phạm vi ảnh hưởng của thuế cho thấy rằng các nhà lập pháp không hề dễ dàng xác lập phân bổ của gánh nặng thuế. Để minh họa, chúng ta có thể phân tích thuế tiền lương như một loại thuế đơn thuần đánh vào một hàng hóa, trong đó hàng hóa là lao động và giá là lương. Tính năng quan trọng của thuế tiền lương là nó tạo ra một sự chênh lệch giữa mức lương mà doanh nghiệp trả và mức lương mà người lao động nhận được. Hình 8 cho thấy kết quả. Khi thuế tiền lương được ban hành, mức lương mà người lao động nhận được giảm, và mức lương mà các doanh nghiệp trả tăng lên. Cuối cùng, người lao động và doanh nghiệp cùng chia sẻ gánh nặng thuế như yêu cầu của luật. Tuy nhiên, sự phân chia gánh nặng thuế giữa người lao động và doanh nghiệp như vậy không liên quan đến sự phân chia được quy định bởi luật: Việc phân chia gánh nặng này trong Hình 8 không nhất thiết phải là năm mươi – năm mươi, và kết quả vẫn như vậy khi luật quy định đánh toàn bộ thuế lên người lao động hay luật quy định đánh toàn bộ thuế lên doanh nghiệp.

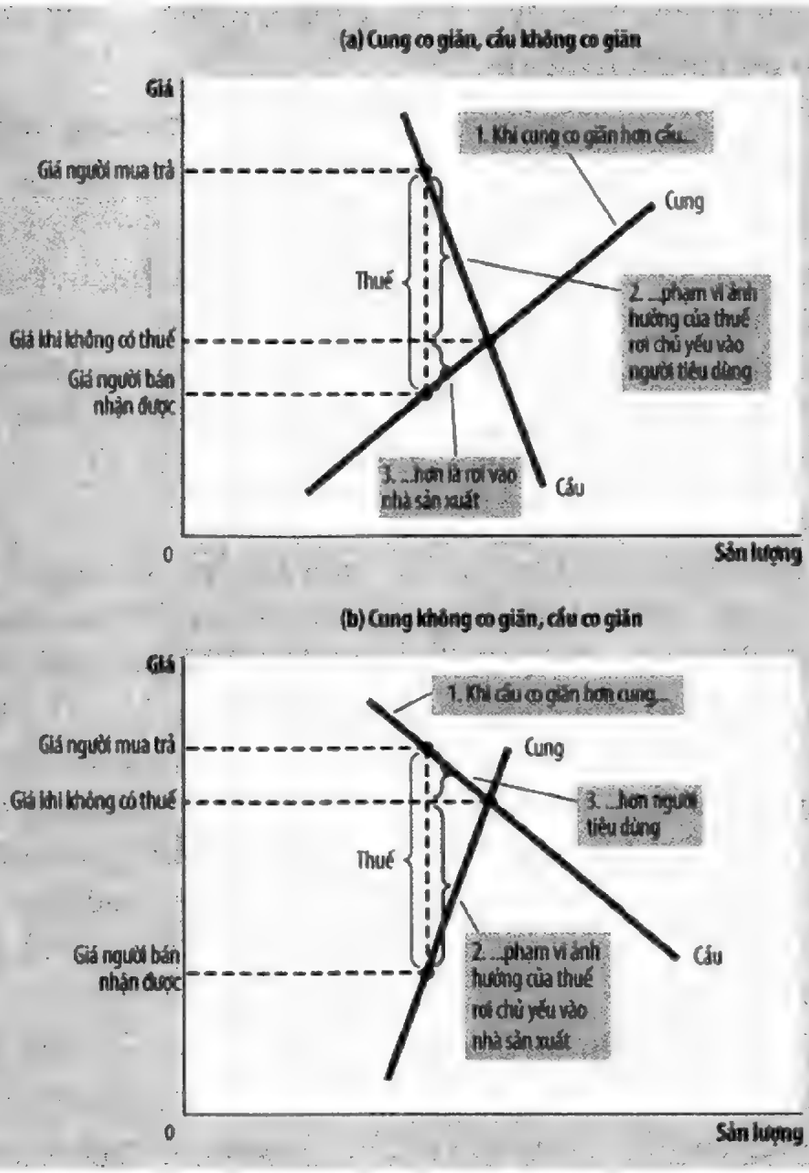
Ví dụ này cho thấy các bài học cơ bản nhất về phạm vi ảnh hưởng của thuế thường là bị bỏ qua từ các cuộc tranh luận trong công chúng. Các nhà lập pháp có thể quyết định một mức thuế xuất phát từ túi của người mua hoặc người bán, nhưng họ không thể áp đặt gánh nặng thực sự của thuế. Trên thực tế, phạm vi ảnh hưởng của thuế phụ thuộc vào các lực của cung và cầu. ■

Hình 9

Cách thức gánh nặng thuế được phân chia

Trong Hình 9(a), đường cung co giãn, và đường cầu không co giãn. Trong trường hợp này, giá người bán nhận được chỉ giảm nhẹ, trong khi giá phải trả của người mua tăng lên đáng kể. Vì vậy, người mua chịu phần lớn gánh nặng thuế.

Trong Hình 9(b), đường cung không co giãn, và đường cầu co giãn. Trong trường hợp này, giá người bán nhận được giảm đáng kể, trong khi giá phải trả của người mua chỉ tăng nhẹ. Như vậy, người bán chịu phần lớn gánh nặng thuế.



Độ co giãn và phạm vi ảnh hưởng của thuế

Khi một hàng hóa bị đánh thuế, người mua và người bán của hàng hóa đó cùng chia sẻ gánh nặng thuế. Nhưng chính xác là gánh nặng thuế được chia như thế nào? Có phải hiếm khi nó được chia đều? Để biết cách thức gánh nặng thuế được phân chia, hãy xem xét tác động của thuế ở hai thị trường trong Hình 9. Trong cả hai trường hợp, hình này cho thấy đường cầu ban đầu, đường cung ban đầu, và thuế tạo ra chênh lệch giữa số tiền phải trả bởi người mua và số tiền người bán nhận được. (Đường cung mới và đường cầu mới không được vẽ trên đồ thị. Đường nào dịch chuyển phụ thuộc vào việc thuế đánh vào người bán hay người mua. Như chúng ta thấy, điều này không liên quan đến phạm vi ảnh hưởng của thuế). Sự khác biệt trong hai đồ thị là độ co giãn tương đối của cung và cầu.

Hình 9(a) cho thấy thuế trong một thị trường với cung rất co giãn và cầu không co giãn một cách tương đối. Tức là, người bán có phản ứng rất nhạy với những thay đổi của giá hàng hóa (do đó đường cung tương đối phẳng), trong khi người mua có phản ứng không nhạy (vì vậy đường cầu tương đối dốc). Khi một mức thuế được áp dụng đối với một thị trường với các độ co giãn như vậy, mức

giá người bán nhận được không giảm nhiều, vì vậy người bán chỉ gánh chịu một phần nhỏ gánh nặng thuế.

Ngược lại, mức giá mà người mua phải trả tăng đáng kể, điều này hàm ý người mua gánh chịu phần lớn gánh nặng thuế.

Hình 9(b) cho thấy thuế trong một thị trường với cung không co giãn một cách tương đối và cầu rất co giãn. Trong trường hợp này, người bán có phản ứng không nhạy với những thay đổi của giá cả (nên đường cung dốc hơn), trong khi người mua có phản ứng rất nhạy (nên đường cầu phẳng hơn). Đồ thị này cho thấy rằng khi thuế được áp dụng, mức giá mà người mua phải trả không tăng nhiều, nhưng giá người bán nhận được giảm đáng kể. Do vậy, người bán gánh chịu phần lớn gánh nặng thuế.

Hình 9(a) và 9(b) cho thấy một bài học chung về cách thức gánh nặng thuế được phân chia: *Gánh nặng thuế rơi nhiều hơn vào bên tham gia thị trường có độ co giãn kém hơn.* Tại sao điều này đúng? Về bản chất, độ co giãn đo lường sự sẵn lòng của người mua hoặc người bán trong việc rời bỏ thị trường khi điều kiện trở nên không thuận lợi. Một độ co giãn nhỏ của cầu có nghĩa là người mua không có lựa chọn thay thế tốt khi tiêu dùng một hàng hóa cụ thể. Một độ co giãn nhỏ của cung có nghĩa là người bán không có những lựa chọn thay thế tốt để sản xuất một hàng hóa cụ thể. Khi sản phẩm bị đánh thuế, bên tham gia thị trường nào có ít lựa chọn thay thế sẽ ít sẵn lòng rời bỏ thị trường và do đó buộc phải chịu nhiều gánh nặng thuế.

Chúng ta có thể áp dụng lập luận này vào thuế tiền lương được thảo luận trong nghiên cứu tình huống ở trên. Hầu hết các nhà kinh tế học lao động tin rằng cung lao động co giãn ít hơn so với cầu. Điều này có nghĩa là người lao động, chứ không phải là các doanh nghiệp, sẽ chịu phần lớn gánh nặng thuế tiền lương. Nói cách khác, phân bổ gánh nặng thuế không phải lúc nào cũng là mức phân chia năm mươi-năm mươi như các nhà lập pháp dự tính.

NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG *Ai trả thuế hàng hóa xa xỉ?*

Năm 1990, Quốc hội Hoa Kỳ đã thông qua luật thuế hàng hóa xa xỉ mới đánh vào các mặt hàng như du thuyền, máy bay tư nhân, lông thú, đồ trang sức, ô tô đắt tiền. Mục tiêu của thuế là nhằm tạo nguồn thu từ những người có đủ khả năng trả thuế. Bởi vì chỉ có những người giàu mới có thể đủ khả năng để mua những mặt hàng như vậy, thuế hàng hóa xa xỉ dường như là một cách hợp lý của việc đánh thuế vào người giàu.

Tuy nhiên, khi các lực cung và cầu hoạt động, kết quả hoàn toàn khác với dự định của Quốc hội. Ví dụ: Xem xét thị trường cho du thuyền. Cầu du thuyền là khá co giãn. Một triệu phú có thể dễ dàng không mua một chiếc du thuyền, cô có thể sử dụng tiền để mua một căn nhà lớn hơn, có một kỳ nghỉ châu Âu, hoặc để lại tài sản thừa kế lớn hơn cho người thừa kế của mình. Ngược lại, cung của du thuyền là tương đối không co giãn, ít nhất là trong ngắn hạn. Nhà máy du thuyền không dễ dàng chuyển đổi mục đích sử dụng thay thế, và người lao động đóng du

thuyền không mong muốn thay đổi nghề nghiệp để đáp ứng với điều kiện thay đổi của thị trường.

Phân tích của chúng ta đưa ra dự đoán rõ ràng trong trường hợp này. Với cầu co giãn và cung không co giãn, gánh nặng thuế rơi chủ yếu vào các nhà cung cấp. Đó là thuế trên du thuyền đặt một gánh nặng rất lớn vào các công ty và công nhân xây dựng du thuyền vì họ sẽ nhận được một mức giá thấp hơn đáng kể cho sản phẩm của họ. Tuy nhiên, người lao động không phải là những người giàu có. Như vậy, gánh nặng thuế hàng hóa xa xỉ rơi nhiều vào tầng lớp trung lưu hơn là những người giàu có.

Các giả định sai lầm về tỷ lệ thuế hàng hóa xa xỉ nhanh chóng trở nên rõ ràng sau khi thuế có hiệu lực. Các nhà cung cấp hàng hóa xa xỉ đã khiến các đại diện của họ tại Quốc hội nhận thức được những khó khăn kinh tế mà họ trải qua, và Quốc hội đã phải bãi bỏ hầu hết các thuế hàng hóa xa xỉ trong năm 1993. ■

KIỂM TRA NHANH: *Trong một đồ thị cung và cầu, chỉ ra việc đánh thuế vào người mua xe 1.000 đô la cho mỗi chiếc xe ảnh hưởng đến số lượng xe bán ra và giá của mỗi chiếc xe như thế nào. Trong một đồ thị khác chỉ ra việc đánh thuế vào người bán xe là 1.000 đô la cho mỗi chiếc xe ảnh hưởng đến số lượng xe bán ra và giá xe như thế nào. Trong cả hai đồ thị của bạn, hãy cho thấy sự thay đổi của giá do người mua xe trả và sự thay đổi của giá mà người bán xe nhận được.*

KẾT LUẬN

Nền kinh tế bị chi phối bởi hai loại luật: luật cung cầu và luật được ban hành bởi chính phủ. Trong chương này, chúng ta đã bắt đầu thấy các luật tương tác với nhau. Kiểm soát giá và các loại thuế phổ biến ở các thị trường khác nhau trong nền kinh tế, và các tác động của chúng thường được tranh luận trên báo chí và trong hoạch định chính sách. Thậm chí một chút ít kiến thức kinh tế có thể đi một chặng đường dài hướng tới việc hiểu và đánh giá các chính sách này.

Trong các chương tiếp theo, chúng ta sẽ phân tích nhiều chính sách chính phủ một cách chi tiết hơn. Chúng ta xem xét các tác động của thuế đầy đủ hơn và xem xét một phạm vi rộng hơn so với những chính sách được xem xét ở đây. Tuy nhiên, những bài học cơ bản của chương này sẽ không thay đổi: Khi phân tích các chính sách của chính phủ, cung và cầu là những công cụ đầu tiên và hữu ích nhất của phân tích.

TÓM TẮT

- Giá trần là mức giá tối đa theo luật định của một hàng hóa hay dịch vụ. Một ví dụ là kiểm soát tiền thuê nhà. Nếu giá trần thấp hơn mức giá cân bằng, thì giá trần là có hiệu lực, và lượng cầu vượt quá lượng cung. Do kết quả là thiếu hụt, cung của người bán phải hạn chế cầu của người mua.

- Giá sàn là mức giá tối thiểu theo luật định của một hàng hóa hay dịch vụ. Một ví dụ là lương tối thiểu. Nếu giá sàn cao hơn mức giá cân bằng, thì giá sàn có hiệu lực, và lượng cung vượt quá lượng cầu. Vì kết quả là dư thừa, cầu người mua hạn chế cung của người bán.
- Khi chính phủ đánh thuế vào một hàng hóa, sản lượng cân bằng giảm. Tức là thuế làm giảm quy mô thị trường.
- Thuế đánh vào một hàng hóa tạo ra chênh lệch giữa giá người mua phải trả và giá người bán nhận được. Khi thị trường chuyển sang trạng thái cân bằng mới, người mua phải trả thêm tiền cho hàng hóa và người bán nhận được ít hơn. Theo nghĩa này, người mua và người bán hàng cùng chia sẻ gánh nặng thuế. Phân bổ thuế (có nghĩa là sự phân chia gánh nặng thuế) không phụ thuộc vào việc thuế đánh vào người mua hay người bán.
- Phạm vi ảnh hưởng của thuế phụ thuộc vào độ co giãn của cung và cầu. Hầu hết gánh nặng thuế rơi vào bên tham gia thị trường ít co giãn, vì bên tham gia thị trường đó không dễ dàng phản ứng với thuế bằng cách thay đổi lượng mua hoặc bán.

KHÁI NIỆM THEN CHỐT

Giá trần	price ceiling
Giá sàn	price floor
Phạm vi ảnh hưởng của thuế	tax incidence

CÂU HỎI ÔN TẬP

1. Cho một ví dụ về giá trần và một ví dụ về giá sàn.
2. Điều gì tạo ra sự dư thừa một hàng hóa? Giá trần hay giá sàn? Giải thích.
3. Các cơ chế nào phân bổ nguồn lực khi giá của một mặt hàng không thể cân bằng cung và cầu?
4. Giải thích lý do tại sao các nhà kinh tế học thường phản đối kiểm soát giá.
5. Giả sử chính phủ loại bỏ thuế đánh vào người mua của một hàng hóa và thay bằng thuế có cùng độ lớn đánh vào người bán. Thay đổi chính sách thuế này ảnh hưởng như thế nào đến mức giá người mua phải trả cho người bán, tổng mức người mua phải trả cho hàng hóa (bao gồm cả thuế), mức giá người bán nhận được sau thuế, và số lượng của hàng hóa bán ra?
6. Thuế đánh vào một hàng hóa ảnh hưởng thế nào đến giá người mua phải trả, giá người bán nhận được, và số lượng bán ra?
7. Điều gì quyết định việc phân chia gánh nặng thuế giữa người mua và người bán? Tại sao?

BÀI TẬP VÀ ỨNG DỤNG

1. Trên thị trường lao động, người lao động muốn nhận được mức lương cao hơn và các doanh nghiệp muốn trả lương thấp hơn.
   a. Giả sử người lao động thành công khi một mức lương tối thiểu được thiết lập trên mức lương cân bằng. Điều gì sẽ xảy ra với số lượng lao động được tuyển dụng so với trạng thái cân bằng ban đầu? Giải thích.
   b. Giả sử các doanh nghiệp thành công khi có một mức lương tối đa được thiết lập dưới mức lương cân bằng. Điều gì sẽ xảy ra với số lượng lao động được tuyển dụng so với trạng thái cân bằng ban đầu? Giải thích.
   c. Mức lương nào tối đa hóa số lượng được tuyển dụng? Tại sao?
2. Chính phủ đã quyết định rằng giá thị trường tự do của pho-mát là quá thấp.
   a. Giả sử chính phủ áp đặt giá sàn có hiệu lực trên thị trường pho-mát. Hãy vẽ một đồ thị bao gồm cả cung và cầu để hiển thị tác động của chính sách này đến giá của pho-mát và lượng pho-mát được bán. Liệu có tồn tại bất kỳ thiếu hụt hay thặng dư pho-mát nào hay không?
   b. Nông dân phàn nàn rằng giá sàn đã làm giảm tổng doanh thu của họ. Điều này liệu có thể xảy ra không? Giải thích.
   c. Đáp lại những phàn nàn của người nông dân, chính phủ đồng ý mua tất cả các pho-mát dư thừa ở mức giá sàn. So với mức giá sàn cơ bản này, ai được hưởng lợi từ chính sách mới này? Ai bị thiệt?
3. Một nghiên cứu gần đây tìm ra kết quả về biểu cầu và biểu cung của sản phẩm đĩa ném như sau:

Giá mỗi đĩa ném	Lượng cầu	Lượng cung
11 đô la	1 triệu đĩa ném	15 triệu đĩa ném
10	2	12
9	4	9
8	6	6
7	8	3
6	10	0

   a. Giá và lượng cân bằng của đĩa ném là bao nhiêu?
   b. Nhà sản xuất đĩa ném thuyết phục chính phủ rằng việc sản xuất đĩa ném sẽ giúp cải thiện sự hiểu biết của các nhà khoa học về khí động học và do đó có tầm quan trọng đối với an ninh quốc phòng. Quốc hội quan tâm sẽ bỏ phiếu áp đặt giá sàn cao hơn mức giá cân bằng 2 đô la. Giá thị trường mới là bao nhiêu? Bao nhiêu đĩa ném sẽ được bán?
   c. Sinh viên đại học nổi giận diễu hành đến Washington và yêu cầu giảm giá đĩa ném. Quốc hội lúc này thậm chí quan tâm nhiều hơn đến hành động này và đã bỏ phiếu để bãi bỏ giá sàn, đồng thời áp đặt giá trần 1 đô

la dưới mức giá trần cũ. Giá thị trường mới là bao nhiêu? Bao nhiêu đĩa ném sẽ được bán?

4. Giả sử chính phủ liên bang yêu cầu người uống bia phải trả một mức thuế 2 đô la cho mỗi thùng bia. (Trên thực tế, cả chính phủ liên bang và bang đều đã áp đặt thuế bia lên một số loại bia.)
   a. Hãy vẽ một đồ thị bao gồm cả cung và cầu của thị trường bia khi không có thuế. Chỉ ra giá người tiêu dùng phải trả, giá các nhà sản xuất nhận được, và số lượng bia được bán ra. Sự khác biệt giữa giá người tiêu dùng phải trả và giá các nhà sản xuất nhận được là bao nhiêu?
   b. Bây giờ vẽ một đồ thị bao gồm cả cung và cầu thị trường bia khi có thuế. Chỉ ra giá người tiêu dùng phải trả, giá các nhà sản xuất nhận được, và số lượng bia bán ra. Sự khác biệt giữa giá người tiêu dùng phải trả và giá các nhà sản xuất nhận được là gì? Số lượng bia bán ra tăng hay giảm?
5. Một thượng nghị sĩ muốn tăng doanh thu thuế và cải thiện phúc lợi người lao động. Một nhà tư vấn của ông đề xuất tăng thuế tiền lương do các doanh nghiệp trả và sử dụng một phần thu nhập tăng thêm này để giảm thuế tiền lương do người lao động trả. Đề xuất này có giúp đạt được mục tiêu của thượng nghị sĩ này hay không? Giải thích.
6. Nếu chính phủ đánh một mức thuế 500 đô la vào siêu xe, giá phải trả của người tiêu dùng tăng hơn 500 đô la, ít hơn 500 đô la, hay chính xác là 500 đô la? Giải thích.
7. Quốc hội và Tổng thống quyết định Hoa Kỳ sẽ giảm ô nhiễm không khí bằng cách giảm sử dụng xăng. Họ áp đặt một mức thuế 0,5 đô la cho mỗi gallon xăng bán ra.
   a. Họ nên đánh thuế này lên nhà sản xuất hay người tiêu dùng? Giải thích chi tiết với một đồ thị bao gồm cả cung và cầu.
   b. Nếu cầu xăng co giãn hơn, liệu thuế này sẽ hiệu quả hơn hay kém hiệu quả hơn trong việc giảm số lượng xăng tiêu thụ? Giải thích bằng lời và bằng đồ thị.
   c. Người tiêu dùng xăng được lợi hay bị thiệt bởi thuế này? Tại sao?
   d. Công nhân trong ngành công nghiệp xăng dầu được lợi hay bị thiệt bởi thuế này? Tại sao?
8. Một nghiên cứu tình huống trong chương này thảo luận về luật liên bang về lương tối thiểu.
   a. Giả sử mức lương tối thiểu cao hơn mức lương cân bằng trên thị trường cho lao động phổ thông. Sử dụng một đồ thị bao gồm cả cung và cầu của thị trường lao động phổ thông, cho biết mức lương thị trường, số lượng người lao động được tuyển dụng, và số lượng người lao động bị thất nghiệp. Đồng thời hãy chỉ ra tổng số tiền lương trả cho người lao động phổ thông.

b. Bây giờ giả sử Bộ trưởng Bộ Lao động đề xuất tăng mức lương tối thiểu. Sự gia tăng này có tác động gì đến việc làm? Sự thay đổi của việc làm có phụ thuộc vào độ co giãn của cầu, vào độ co giãn của cung, hay vào cả hai độ co giãn, hay không phụ thuộc vào cả hai?

c. Sự gia tăng của mức lương tối thiểu có tác động gì đến mức thất nghiệp? Sự thay đổi của mức thất nghiệp có phụ thuộc vào độ co giãn của cầu, vào độ co giãn của cung, hay vào cả hai độ co giãn hay không phụ thuộc vào cả hai?

d. Nếu cầu lao động phổ thông là không co giãn, gia tăng mức lương tối thiểu như đề xuất sẽ làm tăng hay giảm tổng tiền lương trả cho những người lao động phổ thông này? Câu trả lời của bạn có thay đổi không nếu cầu lao động phổ thông là co giãn?

9. Chính phủ Hoa Kỳ tiến hành hai chương trình có ảnh hưởng đến thị trường thuốc lá. Các chiến dịch truyền thông và những yêu cầu việc ghi nhãn nhằm làm cho công chúng nhận thức được sự nguy hiểm của việc hút thuốc lá. Đồng thời, Bộ Nông nghiệp vẫn duy trì một chương trình hỗ trợ giá cho nông dân trồng thuốc lá nhằm làm tăng giá thuốc lá cao hơn mức giá cân bằng.

a. Hai chương trình này ảnh hưởng đến tiêu thụ thuốc lá như thế nào? Hãy sử dụng một đồ thị của thị trường thuốc lá minh họa cho câu trả lời của bạn.

b. Tác động kết hợp của hai chương trình này đến giá thuốc lá là gì?

c. Thuốc lá cũng bị đánh thuế nặng. Thuế này gây ra tác động gì đến tiêu thụ thuốc lá?

10. Tại Công viên Fenway, sân nhà của Boston Red Sox, số ghế ngồi được giới hạn ở mức 39.000 chỗ. Do đó, số lượng vé phát hành là cố định ở con số đó. Nhìn thấy một cơ hội vàng để tăng thu thuế, thành phố Boston đánh thuế mỗi vé 5 đô la đối với người mua. Người hâm mộ thể thao Boston, các công dân nổi tiếng có trách nhiệm, nghiêm túc trả 5 đô la cho mỗi vé. Vẽ một đồ thị với đầy đủ ghi chú cho thấy tác động của thuế. Gánh nặng thuế sẽ rơi vào ai: chủ sở hữu của đội bóng, người hâm mộ, hay cả hai? Tại sao?

11. Một thống đốc ở Hoa Kỳ đã đề xuất một mức thuế tiền lương 3 phần trăm nhằm tài trợ cho một số chương trình y tế của bang. Dự luật này yêu cầu thuế tiền lương "sẽ không được khấu trừ từ tiền lương trả cho người lao động, không được thu từ người lao động hoặc giảm thù lao của người lao động". Bạn nghĩ gì về ý định của ngôn từ như vậy? Liệu luật này trên thực tế có đạt được mục đích?

12. Vào mùa xuân năm 2008, Thượng nghị sĩ John McCain và Hillary Clinton (người sau đó tranh cử tổng thống) đã đề xuất tạm thời loại bỏ thuế xăng toàn liên bang, chỉ có hiệu lực trong suốt mùa hè năm 2008, nhằm giúp người tiêu dùng đối phó với giá xăng cao.

a. Trong suốt mùa hè này, khi cầu xăng cao do nhu cầu lái xe đi nghỉ hè, các nhà máy lọc dầu hoạt động gần hết công suất. Thực tế này nói lên điều gì về độ co giãn của cung theo giá?

b. Với câu trả lời của bạn trong câu (a), bạn dự báo ai là người được hưởng lợi từ chính sách tạm thời trong kỳ nghỉ này?

Để biết thêm thông tin về chủ đề của chương này, hãy ghé thăm website của chúng tôi tại *www.cengage.com/international* để xem thêm bài tập, ứng dụng, ví dụ, các bài kiểm tra trực tuyến và các nội dung khác.

PHẦN III

THỊ TRƯỜNG VÀ PHÚC LỢI

7

NGƯỜI TIÊU DÙNG, NHÀ SẢN XUẤT VÀ HIỆU QUẢ CỦA THỊ TRƯỜNG

Khi người tiêu dùng đến cửa hàng để mua gà tây cho bữa tối vào ngày Lễ Tạ ơn, họ có thể sẽ thất vọng khi giá gà tây lại cao đến như vậy. Vào thời điểm này, khi người nông dân mang những con gà tây họ nuôi ra bán trên thị trường, họ mong muốn giá gà tây thậm chí càng cao hơn nữa. Những suy nghĩ này không có gì đáng ngạc nhiên: Những người mua luôn muốn mua rẻ, và người bán luôn muốn được trả giá cao. Tuy nhiên, liệu có một "mức giá đúng" cho gà tây trên quan điểm của toàn xã hội không?

Ở các chương trước, chúng ta đã biết được làm thế nào các lực cung và cầu quyết định giá hàng hóa, dịch vụ và số lượng được bán ra trong nền kinh tế thị trường. Tuy nhiên, ở chừng mực nào đó, chúng ta chỉ mới mô tả cách thức thị trường phân bổ các nguồn lực khan hiếm chứ chưa trực tiếp làm rõ câu hỏi liệu những phân bổ dựa vào thị trường có đáng mong đợi hay không? Nói cách khác, phân tích của chúng ta mới chỉ mang tính *thực chứng* (là cái gì) chứ không mang tính *chuẩn tắc* (nên như thế nào). Chúng ta biết rằng giá gà tây điều chỉnh để đảm bảo được lượng cung bằng với lượng cầu gà. Tuy nhiên, ở mức giá cân bằng này, liệu số lượng gà cung ứng và tiêu thụ là quá nhỏ, quá lớn hay vừa đủ?

Ở chương này, chúng ta bàn về chủ đề **kinh tế học phúc lợi**[1], đây là chủ đề nghiên cứu tác động của việc phân bổ nguồn lực đến phúc lợi của nền kinh tế. Chúng ta bắt đầu bằng việc đánh giá lợi ích của người mua và người bán có được khi tham gia thị trường. Sau đó, chúng ta sẽ xem xét làm thế nào xã hội có thể tối đa hóa những lợi ích trên. Phân tích này đưa đến một kết luận nền tảng: Sự cân bằng cung cầu trên một thị trường tối đa hóa lợi ích của người mua và người bán.

Bạn có thể sẽ nhớ lại Chương 1, một trong *Mười nguyên lý của Kinh tế học* là các thị trường thường là một cách thức tốt để tổ chức các hoạt động kinh tế. Nghiên cứu về kinh tế học phúc lợi giải thích được nguyên tắc này một cách

1. **Kinh tế học phúc lợi**: môn học nghiên cứu sự phân phối các nguồn lực ảnh hưởng đến phúc lợi xã hội như thế nào.

Bảng 1
Mức sẵn lòng trả của bốn người mua tiềm năng

Người mua	Giá sẵn lòng trả
John	$100
Paul	80
George	70
Ringo	50

trọn vẹn hơn. Kinh tế học phúc lợi cũng giúp lý giải câu hỏi về mức giá đúng của gà tây: Một cách cụ thể, mức giá cân bằng cung và cầu gà tây sẽ là mức giá tốt nhất vì nó tối đa hóa được tổng phúc lợi của người tiêu dùng và người sản xuất gà tây. Không phải người tiêu dùng hay người sản xuất gà tây hướng tới mục tiêu trên mà chính bởi hoạt động chung của họ được định hướng bởi các mức giá thị trường, hướng họ đến kết quả tối đa hóa phúc lợi như thể được dẫn dắt bởi một bàn tay vô hình.

THẶNG DƯ TIÊU DÙNG

Chúng ta bắt đầu nghiên cứu về kinh tế học phúc lợi bằng việc xem xét các lợi ích người mua nhận được khi tham gia thị trường.

Giá sẵn lòng trả

Giả sử bạn có một bản thu âm còn mới nguyên của tập đĩa đầu tay của Elvis Presley. Vì bạn không phải là người hâm mộ Elvis Presley, bạn quyết định bán tập đĩa trên. Một cách để làm việc này là mở một cuộc đấu giá.

Bốn người hâm mộ Elvis Presley có mặt tại buổi đấu giá của bạn là: John, Paul, George và Ringo. Mỗi người đều muốn có được tập đĩa trên, tuy nhiên có một mức giới hạn mà mỗi người sẵn lòng trả cho tập đĩa. Bảng 1 thể hiện mức giá tối đa mà mỗi khách hàng sẵn lòng trả. Mức giá tối đa của mỗi người mua được gọi là **giá sẵn lòng trả**[1] và nó được đo lường bằng giá trị người mua định giá cho hàng hóa. Mỗi người sẽ muốn mua tập đĩa với giá thấp hơn mức anh ta sẵn lòng trả, và anh ta sẽ không mua tập đĩa ở mức giá cao hơn mức sẵn lòng trả của mình. Ở mức giá bằng với mức anh ta sẵn lòng trả, người mua sẽ bàng quan với việc mua hàng hóa này: Nếu giá chính xác bằng đúng giá trị anh ta định giá tập đĩa, việc giữ lại tiền hay mua tập đĩa đối với anh ta là như nhau.

Bạn bắt đầu bán tập đĩa của mình bằng việc chào giá ở mức giá thấp, ví dụ 10 đô la. Vì cả bốn người mua đều sẵn lòng trả hơn mức giá đó nên giá sẽ tăng nhanh chóng. Việc trả giá sẽ kết thúc khi John chào giá 80 đô la (hoặc cao hơn chút ít). Tại mức giá này, Paul, George và Ringo đã từ bỏ việc trả giá vì họ không sẵn lòng trả bất cứ mức giá nào cao hơn 80 đô la. John trả 80 đô la và mua được tập đĩa. Lưu ý rằng tập đĩa đã thuộc về người mua định giá trị tập đĩa ở mức cao nhất.

1. **Giá sẵn lòng trả**: số tiền tối đa mà người mua sẵn lòng trả để mua một hàng hóa.

Vậy lợi ích mà John nhận được khi mua tập đĩa Elvis Presley này là gì? Một cách trực giác, John đã có được một món hời thực sự: Anh ấy sẵn lòng trả 100 đô la cho tập đĩa nhưng chỉ phải trả 80 đô la để có được nó. Chúng ta nói rằng John nhận được một khoản thặng dư tiêu dùng là 20 đô la. **Thặng dư tiêu dùng**[1] là mức sẵn lòng trả của người tiêu dùng cho một hàng hóa trừ cho số tiền mà người đó thực tế phải trả cho hàng hóa đó.

Thặng dư tiêu dùng đo lường lợi ích mà người mua nhận được khi tham gia thị trường. Ở ví dụ trên, John nhận được phần lợi là 20 đô la khi tham gia cuộc đấu giá vì anh chỉ phải trả 80 đô la cho một hàng hóa mà theo anh ta giá trị của nó là 100 đô la. Paul, George và Ringo không nhận được thặng dư tiêu dùng khi tham gia cuộc đấu giá trên vì họ đã ngừng lại lúc chưa mua được tập đĩa và chưa phải thanh toán gì.

Bây giờ chúng ta hãy xem xét một ví dụ hơi khác một chút. Giả sử bạn đã có hai tập đĩa Elvis Presley giống hệt nhau để bán. Giống như trước, bạn cũng mở cuộc đấu giá cho bốn khách hàng tiềm năng. Để đơn giản hóa, ta giả định cả hai tập đĩa được bán cùng mức giá và không người mua nào muốn mua hơn một tập đĩa. Bởi vậy, giá sẽ tăng cho đến khi hai người mua ngừng đấu giá.

Trong trường hợp này, việc trả giá sẽ ngừng khi John và Paul trả mức giá 70 đô la (hoặc cao hơn chút ít). Tại mức giá này, cả John và Paul đều vui sướng khi mua được một tập đĩa, còn George và Ringo thì không sẵn lòng trả bất kỳ mức giá nào cao hơn mức trên. John và Paul mỗi người nhận được phần thặng dư tiêu dùng bằng với mức giá sẵn lòng trả của mình trừ đi mức giá phải trả. Thặng dư tiêu dùng của John là 30 đô la và của Paul là 10 đô la. Thặng dư tiêu dùng của John lúc này cao hơn so với ví dụ trước vì anh ta nhận được một tập đĩa giống hệt như vậy nhưng trả ít tiền hơn. Tổng thặng dư tiêu dùng trên thị trường là 40 đô la.

Sử dụng đường cầu để đo lường thặng dư tiêu dùng

Thặng dư tiêu dùng có quan hệ chặt chẽ với đường cầu của một sản phẩm. Để hình dung được mối quan hệ này, chúng ta hãy tiếp tục ví dụ trên và xem xét đường cầu đối với tập đĩa Elvis Presley hiếm hoi này.

Chúng ta bắt đầu bằng việc sử dụng giá sẵn lòng trả của bốn người mua tiềm năng trên đây để tìm biểu cầu của tập đĩa. Bảng ở Hình 1 cho thấy dạng cầu tương ứng với Bảng 1. Nếu giá cao hơn 100 đô la, lượng cầu trên thị trường là 0 vì không ai sẵn lòng trả mức giá quá cao đó. Nếu giá từ 80 đô la đến 100 đô la thì lượng cầu là 1 vì chỉ có John sẵn lòng trả mức giá cao đó. Nếu giá từ 70 đến 80 đô la, lượng cầu là 2 vì cả John và Paul đều sẵn lòng trả mức giá đó. Chúng ta có thể tiếp tục phân tích như vậy ở các mức giá khác. Bằng cách này, biểu cầu được xây dựng dựa trên mức giá sẵn lòng trả của bốn khách hàng tiềm năng ở trên.

Đồ thị ở Hình 1 thể hiện đường cầu tương đương với biểu cầu này. Ta cần lưu ý mối quan hệ về chiều cao của đường cầu và mức giá sẵn lòng trả của người mua.

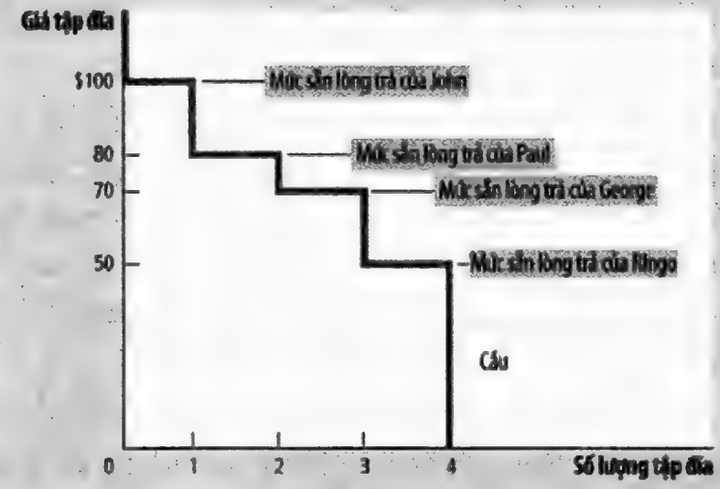
---

1. **Thặng dư tiêu dùng**: mức sẵn lòng trả của người tiêu dùng cho một hàng hóa trừ cho số tiền mà người đó thực tế phải trả cho hàng hóa đó.

Hình 1
Biểu cầu và đường cầu

Bảng dưới đây thể hiện biểu cầu của những người mua ở Bảng 1. Đồ thị bên dưới mô tả đường cầu tương ứng. Lưu ý rằng độ cao của đường cầu thể hiện mức sẵn lòng trả của người mua.

Giá	Người mua	Lượng cầu
Nhiều hơn $100	không	0
$80 đến $100	John	1
$70 đến $80	John Paul	2
$50 đến $70	John Paul George	3
$50 hoặc ít hơn	John Paul George Ringo	4



Tại một mức sản lượng bất kỳ, mức giá tương ứng trên đường cầu thể hiện mức giá sẵn lòng trả của người mua sau cùng hay *người mua cận biên*, đây là người đầu tiên rời khỏi thị trường khi mức giá gia tăng. Chẳng hạn, với số lượng 4 tập đĩa, đường cầu có độ cao là 50 đô la, đây là mức giá mà Ringo (người mua sau cùng) sẵn lòng trả cho một tập đĩa. Ở mức số lượng 3 tập đĩa, đường cầu có độ cao là 70 đô la, đây là mức giá George (lúc này là người mua sau cùng) sẵn lòng trả.

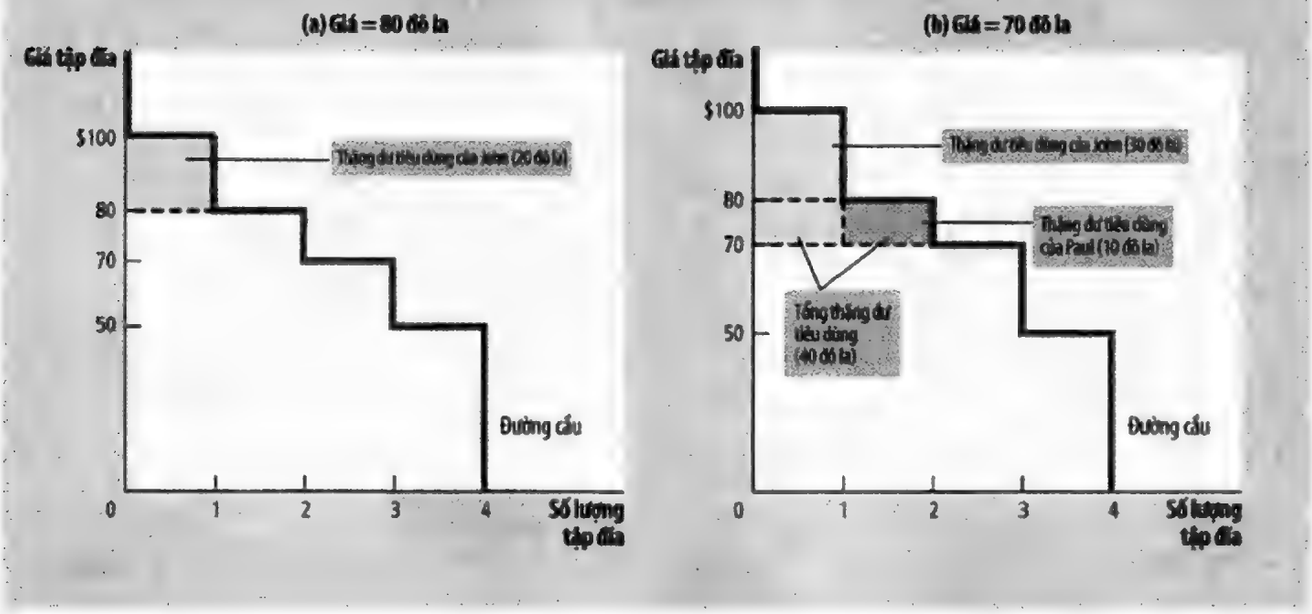
Vì đường cầu phản ánh mức giá sẵn lòng trả của người mua nên chúng ta có thể dùng nó để đo lường thặng dư tiêu dùng. Hình 2 sử dụng đường cầu để tính toán thặng dư tiêu dùng ở hai ví dụ trên. Ở Hình 2(a), mức giá là 80 đô la (hoặc cao hơn chút ít) và lượng cầu là 1. Lưu ý rằng phần diện tích trên mức giá và dưới đường cầu là 20 đô la. Con số này bằng đúng với phần thặng dư tiêu dùng chúng ta đã tính được khi chỉ 1 tập đĩa được bán ra.

Hình 2(b) thể hiện thặng dư tiêu dùng ở mức giá 70 đô la (hoặc cao hơn chút ít). Trong trường hợp này, phần diện tích trên mức giá và dưới đường cầu bằng tổng diện tích hai tam giác chính là phần thặng dư tiêu dùng của John ở mức giá 30 đô la và của Paul ở mức giá 10 đô la. Tổng diện tích hai phần này là 40 đô la. Một lần nữa, phần diện tích này đúng bằng phần thặng dư tiêu dùng chúng ta đã tính ở trên.

Bài học rút ra từ ví dụ này đúng cho tất cả các đường cầu: *Phần diện tích dưới đường cầu và trên mức giá đo lường thặng dư tiêu dùng trên một thị trường.* Điều này là đúng vì độ cao của đường cầu đo lường giá trị người mua định cho hàng hóa bằng đúng với mức giá họ sẵn lòng trả để mua nó. Phần chênh lệch giữa mức giá sẵn lòng trả và giá thị trường là thặng dư tiêu dùng của mỗi người mua. Như vậy, tổng phần diện tích bên dưới đường cầu và trên mức giá là tổng thặng dư tiêu dùng của tất cả người mua trên thị trường hàng hóa và dịch vụ.

Ở đồ thị (a), giá hàng hóa là 80 đô la, và thặng dư tiêu dùng là 20 đô la. Ở đồ thị (b), giá hàng hóa là 70 đô la, và thặng dư tiêu dùng là 40 đô la.

Hình 2
Đo lường thặng dư tiêu dùng bằng đường cầu



Mức giá thấp hơn làm tăng thặng dư tiêu dùng như thế nào

Vì người mua luôn muốn trả mức giá thấp cho hàng hóa mình mua nên một mức giá thấp hơn sẽ giúp người mua được lợi. Tuy nhiên, thặng dư của người mua tăng lên bao nhiêu tương ứng với mức giá giảm? Chúng ta sử dụng khái niệm thặng dư tiêu dùng để trả lời chính xác câu hỏi này.

Hình 3 thể hiện một đường cầu thường thấy. Có lẽ bạn sẽ nhận thấy đường cầu này dốc xuống thay vì có những bậc thang rời rạc như trong hai hình vẽ ở trên. Trong thị trường có nhiều người mua, những bậc thang hình thành do một người mua rời khỏi thị trường là rất nhỏ đến nỗi những bậc thang này thật sự tạo nên một đường liên tục. Mặc dù đường này có hình dạng khác nhưng ý tưởng chúng ta vừa phát triển trên đây vẫn áp dụng được: Thặng dư tiêu dùng là phần diện tích trên mức giá và dưới đường cầu. Ở Hình 3(a), thặng dư tiêu dùng ở mức giá P_1 là diện tích tam giác ABC.

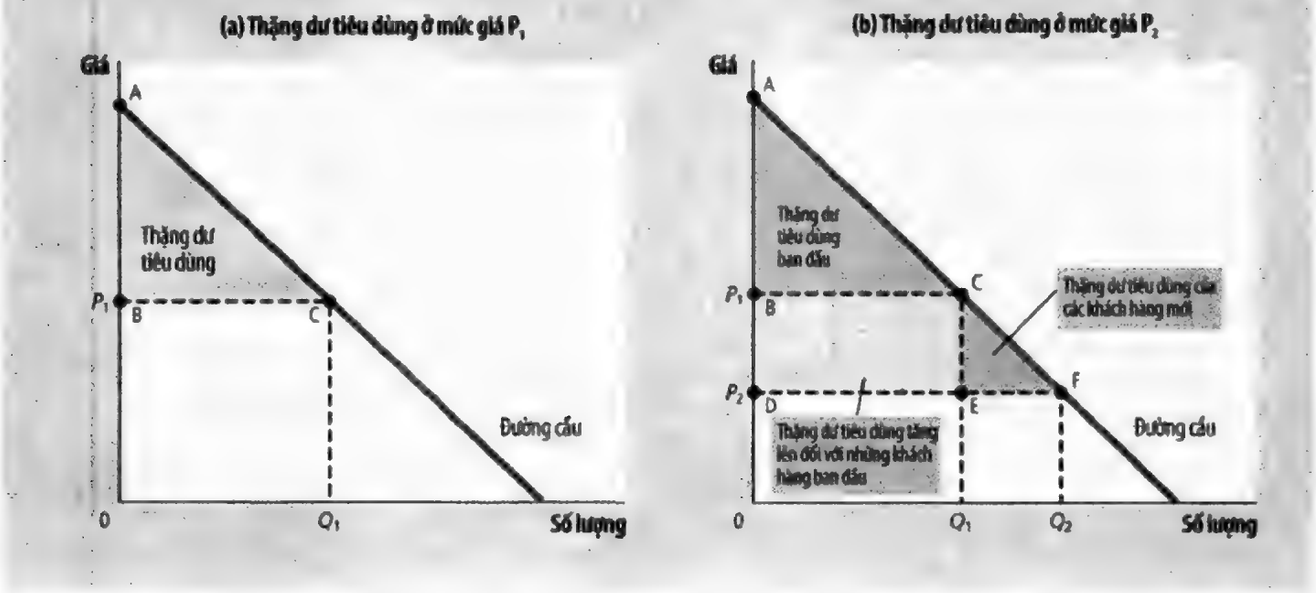
Bây giờ giả sử mức giá giảm từ P_1 đến P_2, như thể hiện ở Hình 3(b). Thặng dư tiêu dùng lúc này bằng phần diện tích ADF. Phần thặng dư tiêu dùng gia tăng nhờ giá giảm chính là diện tích BCFD.

Phần gia tăng trong thặng dư tiêu dùng trên đây bao gồm hai phần. Trước tiên, những người mua đã mua số lượng Q_1 hàng hóa ở mức giá P_1 được lợi vì lúc này họ phải trả ít tiền hơn. Sự gia tăng thặng dư của các khách hàng hiện tại chính là phần tiền người ta phải trả ít đi; đó chính bằng diện tích hình chữ nhật BCED. Thứ hai là một vài người mua mới gia nhập được thị trường vì họ sẵn lòng mua hàng với mức giá thấp hơn. Kết quả là số lượng cầu trên thị trường tăng từ Q_1 lên Q_2. Phần thặng dư tiêu dùng những khách hàng này nhận được chính là diện tích tam giác CEF.

Hình 3

Tác động của giá lên thặng dư tiêu dùng

Ở đồ thị (a), giá là P_1, lượng cầu là Q_1, và thặng dư tiêu dùng bằng phần diện tích tam giác ABC. Khi giá giảm từ P_1 xuống P_2, như ở đồ thị (b), lượng cầu tăng từ Q_1 lên Q_2, và phần thặng dư tiêu dùng lúc này là diện tích tam giác ADF. Sự gia tăng trong thặng dư tiêu dùng (diện tích BCFD) diễn ra một phần từ những người mua hiện hữu bây giờ trả ít tiền hơn (diện tích BCED) và một phần từ các khách hàng mới tham gia vào thị trường ở mức giá thấp hơn (diện tích CEF).



Thặng dư tiêu dùng đo lường cái gì?

Chúng ta phát triển khái niệm thặng dư tiêu dùng nhằm đánh giá mức độ đáng mong muốn của các kết quả trên thị trường. Giờ đây bạn đã biết được thặng dư tiêu dùng là gì, chúng ta hãy cùng xét xem liệu đây có phải là một thước đo tốt về phúc lợi của nền kinh tế hay không.

Tưởng tượng bạn là một nhà hoạch định chính sách đang nỗ lực xây dựng một hệ thống kinh tế thật tốt. Bạn có quan tâm nhiều đến thặng dư tiêu dùng là bao nhiêu không? Thặng dư tiêu dùng bằng khoản tiền người mua sẵn lòng trả cho một hàng hóa trừ đi khoản tiền người đó thực sự trả để mua hàng hóa đó, chỉ số này đo lường lợi ích người mua có được từ hàng hóa theo nhận thức chủ quan của họ. Như vậy, thặng dư tiêu dùng là một thước đo tốt cho phúc lợi của nền kinh tế nếu nhà hoạch định chính sách quan tâm đến quyền lợi của người mua.

Trong một vài trường hợp, nhà hoạch định chính sách lại không quan tâm đến thặng dư tiêu dùng vì họ không chú trọng đến những quyền lợi chi phối hành vi của người mua. Chẳng hạn như người nghiện ma túy sẽ sẵn lòng trả giá cao để mua heroin. Tuy nhiên, chúng ta sẽ không nói rằng những người nghiện sẽ có nhiều lợi ích hơn khi mua được ma túy với giá thấp (mặc dù người nghiện có thể cho rằng họ có lợi). Từ góc nhìn của xã hội, mức giá sẵn lòng trả trong trường hợp này không phải là thước đo tốt cho lợi ích của người tiêu dùng, và thặng dư tiêu dùng không còn là thước đo tốt cho phúc lợi của nền kinh tế vì những người nghiện không tìm kiếm những lợi ích tốt nhất cho bản thân mình.

Tuy nhiên, trên hầu hết các thị trường, thặng dư tiêu dùng phản ánh phúc lợi của nền kinh tế. Thông thường, các nhà kinh tế học hay giả định người mua là duy lý khi đưa ra quyết định. Người duy lý luôn cố gắng hết sức để đạt được mục

Người bán	Chi phí sản xuất
Mary	$900
Frida	800
Georgia	600
Grandma	500

Bảng 2
Chi phí sản xuất của bốn nhà cung ứng tiềm năng

tiêu khi có cơ hội. Các nhà kinh tế cũng thường giả định quyền lợi của con người cần được coi trọng. Trong trường hợp này, người mua là người phán xét chính xác nhất lợi ích có được từ những sản phẩm mình mua.

KIỂM TRA NHANH: *Vẽ một đường cầu gà tây. Trên đồ thị này, hãy chỉ ra một mức giá của gà tây và thặng dư tiêu dùng từ mức giá đó. Giải thích bằng lời thặng dư tiêu dùng này đo lường điều gì.*

THẶNG DƯ SẢN XUẤT

Bây giờ, chúng ta hãy chuyển qua khía cạnh khác của thị trường và xem xét lợi ích người bán nhận được khi tham gia thị trường. Và các bạn sẽ thấy rằng phân tích của chúng ta về thặng dư của người bán cũng tương tự của người mua.

Chi phí và giá sẵn lòng bán

Tưởng tượng bạn là chủ một ngôi nhà và bạn muốn sơn nó. Bạn tìm đến bốn nhà cung cấp dịch vụ sơn là Mary, Frida, Georgia và Grandma. Mỗi nhà cung cấp sẽ sẵn lòng cung cấp dịch vụ cho bạn khi mức giá được xác định phải chăng. Bạn quyết định mở thầu với bốn nhà cung cấp trên và sẽ chọn ra nhà cung cấp dịch vụ với mức giá thấp nhất.

Mỗi nhà cung cấp sẽ sẵn lòng thực hiện công việc nếu họ nhận được mức thù lao vượt quá chi phí họ phải bỏ ra. Khái niệm **chi phí**[1] ở đây được hiểu là chi phí cơ hội của các nhà cung cấp: Nó bao gồm chi phí của người sơn nhà (như tiền mua sơn, cọ, v.v...) cũng như giá trị của thời gian mà người sơn nhà phải bỏ ra trong thời gian đó. Bảng 2 trình bày chi phí của người sơn nhà.Vì chi phí dành cho người sơn nhà là mức giá thấp nhất mà người này chấp nhận thực hiện công việc nên chi phí chính là thước đo mức độ sẵn lòng cung cấp dịch vụ của người bán. Mỗi người sơn nhà sẵn lòng cung cấp dịch vụ ở mức giá cao hơn chi phí họ phải bỏ ra, và họ sẽ từ chối cung cấp dịch vụ ở mức giá thấp hơn khoản chi phí đó. Ở mức giá đúng bằng chi phí người bán phải chịu, việc cung cấp dịch vụ hay không đối với người bán là như nhau: Mức độ hài lòng khi thực hiện công việc sơn nhà cho bạn hoặc sử dụng thời gian và nỗ lực cho một mục đích khác là như nhau.

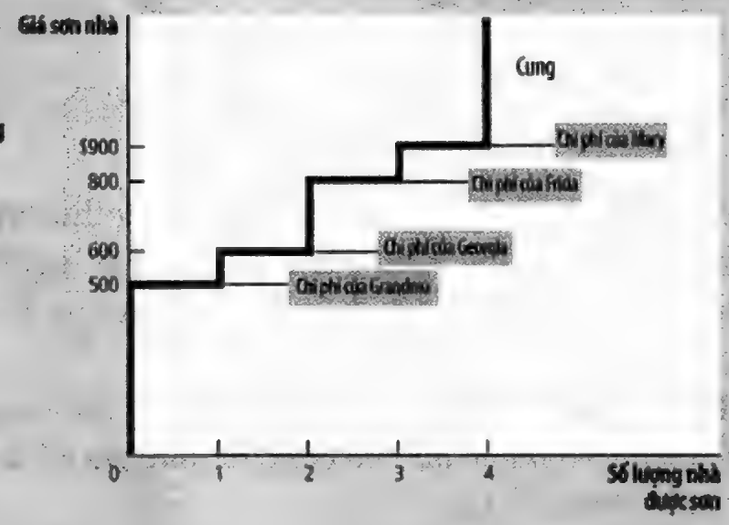
1. **Chi phí**: giá trị của những thứ mà người bán phải bỏ ra để sản xuất một hàng hóa

Hình 4

Đường cung và biểu cung

Bảng bên dưới thể hiện biểu cung của những người mua ở bảng 2. Đồ thị dưới đây mô tả đường cung tương ứng. Chú ý rằng tung độ của đường cung phản ánh chi phí sản xuất của người bán.

Giá	Người bán	Lượng cung
$900 trở lên	Mary, Frida, Georgia, Grandma	4
$800 đến $900	Frida, Georgia, Grandma	3
$600 đến $800	Georgia, Grandma	2
$500 đến $600	Grandma	1
$500 trở xuống	không ai bán	0



Khi bạn mời các nhà cung ứng dịch vụ sơn nhà tham gia đấu thầu, mức giá khởi điểm có thể cao, nhưng giá sẽ sụt giảm nhanh chóng nếu các nhà cung ứng dịch vụ này cạnh tranh nhau để có được công việc. Nếu Grandma chào thầu ở mức giá 600 đô la hoặc thấp hơn, cô sẽ là nhà cung ứng duy nhất còn tham gia. Grandma sẵn lòng cung ứng dịch vụ ở mức giá trên vì chi phí cung ứng của cô chỉ ở mức 500 đô la. Mary, Frida và Georgia sẽ không cung ứng dịch vụ ở mức giá thấp hơn 600 đô la. Lưu ý rằng công việc sẽ thuộc về người sơn nhà có thể thực hiện công việc với mức chi phí thấp nhất.

Lợi ích Grandma nhận được từ việc cung ứng dịch vụ sơn nhà này là gì? Vì cô sẵn lòng thực hiện công việc với chi phí 500 đô la nhưng nhận được khoản thù lao là 600 đô la nên ta kết luận cô nhận được thặng dư sản xuất là 100 đô la. **Thặng dư sản xuất**[1] là khoản tiền người bán nhận được trừ đi chi phí họ phải bỏ ra để sản xuất. Thặng dư sản xuất đo lường lợi ích của người bán khi tham gia thị trường.

Bây giờ chúng ta hãy xem xét một ví dụ hơi khác so với ví dụ trên. Giả sử bạn cần sơn hai ngôi nhà. Bạn cũng lại mời thầu bốn nhà cung ứng dịch vụ sơn. Để mọi thứ đơn giản, ta giả định rằng không nhà cung ứng nào có thể sơn hai ngôi nhà cùng lúc và bạn sẽ trả cùng một khoản tiền để sơn mỗi ngôi nhà. Do đó, mức giá sẽ giảm cho đến khi hai nhà cung ứng rời khỏi buổi đấu thầu.

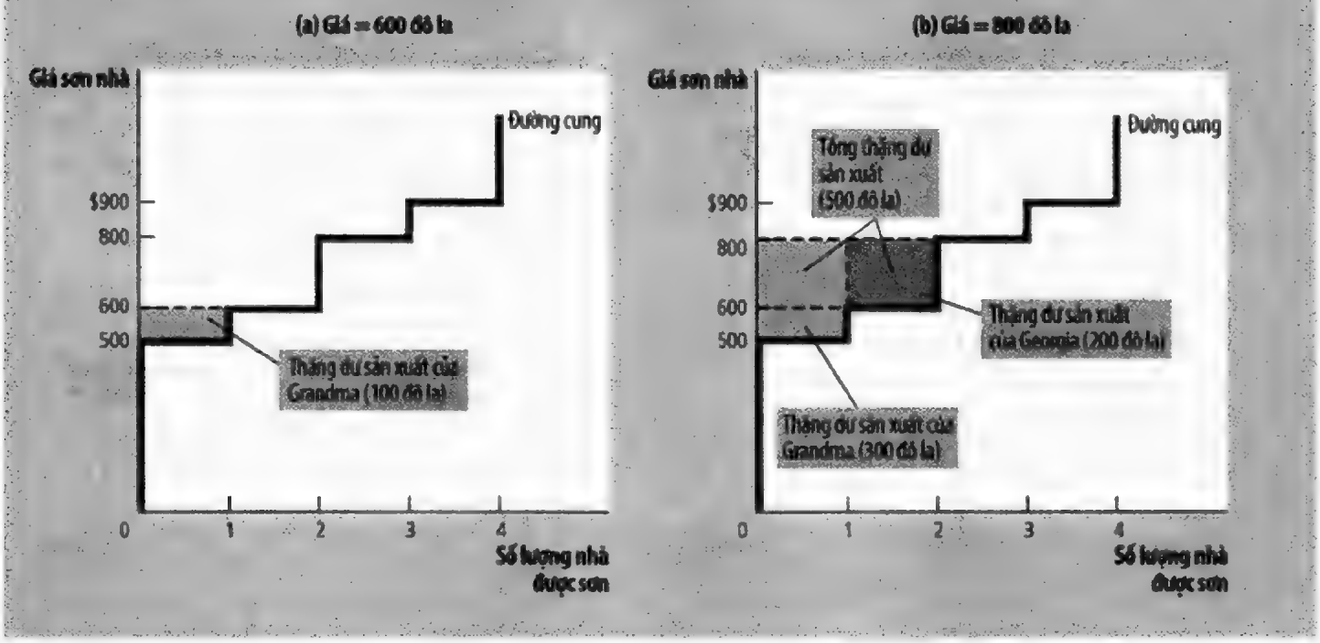
Ở trường hợp này, việc chào giá sẽ ngừng lại khi Georgia và Grandma mỗi người sẽ cung ứng dịch vụ ở mức giá 800 đô la, Grandma nhận được thặng dư sản xuất là 300 đô la, và Georgia nhận được khoản thặng dư là 200 đô la. Tổng thặng dư sản xuất trên thị trường là 500 đô la.

---

1. **Thặng dư sản xuất**: số tiền nhà sản xuất được trả cho việc cung cấp một hàng hóa trừ cho tổng chi phí sản xuất ra hàng hóa đó.

Ở đồ thị (a), giá hàng hóa là 600 đô la, và thặng dư sản xuất là 100 đô la. Ở đồ thị (b), giá hàng hóa là 800 đô la, và thặng dư sản xuất là 500 đô la.

Hình 5
Đo lường thặng dư sản xuất bằng đường cung



Sử dụng đường cung để đo lường thặng dư sản xuất

Giống như thặng dư tiêu dùng liên quan chặt chẽ với đường cầu thì thặng dư sản xuất cũng có liên quan chặt chẽ với đường cung. Để thấy được điều này, chúng ta hãy tiếp tục phân tích ví dụ trên.

Chúng ta bắt đầu bằng việc sử dụng chi phí sản xuất của bốn nhà cung ứng trên đây để tìm biểu cung cho dịch vụ sơn nhà. Bảng ở Hình 4 thể hiện biểu cung tương ứng với các mức giá ở Bảng 2. Nếu giá thành thấp hơn 500 đô la thì sẽ không có nhà cung ứng nào sẵn lòng thực hiện công việc, do đó lượng cung ở đây bằng 0. Nếu giá ở mức từ 500 đến 600 đô la, chỉ có Grandma sẵn lòng thực hiện công việc nên số lượng cung lúc này là 1. Nếu giá ở mức từ 600 đô la đến 800 đô la, Grandma và Georgia sẵn lòng thực hiện công việc nên lượng cung lúc này sẽ là 2, và cứ tiếp tục như thế. Như vậy, biểu cung được xây dựng từ chi phí sản xuất của bốn nhà cung ứng sơn.

Đồ thị ở Hình 4 biểu diễn đường cung tương ứng với biểu cung trên đây. Lưu ý rằng chiều cao của đường cung có quan hệ với chi phí sản xuất của người bán.

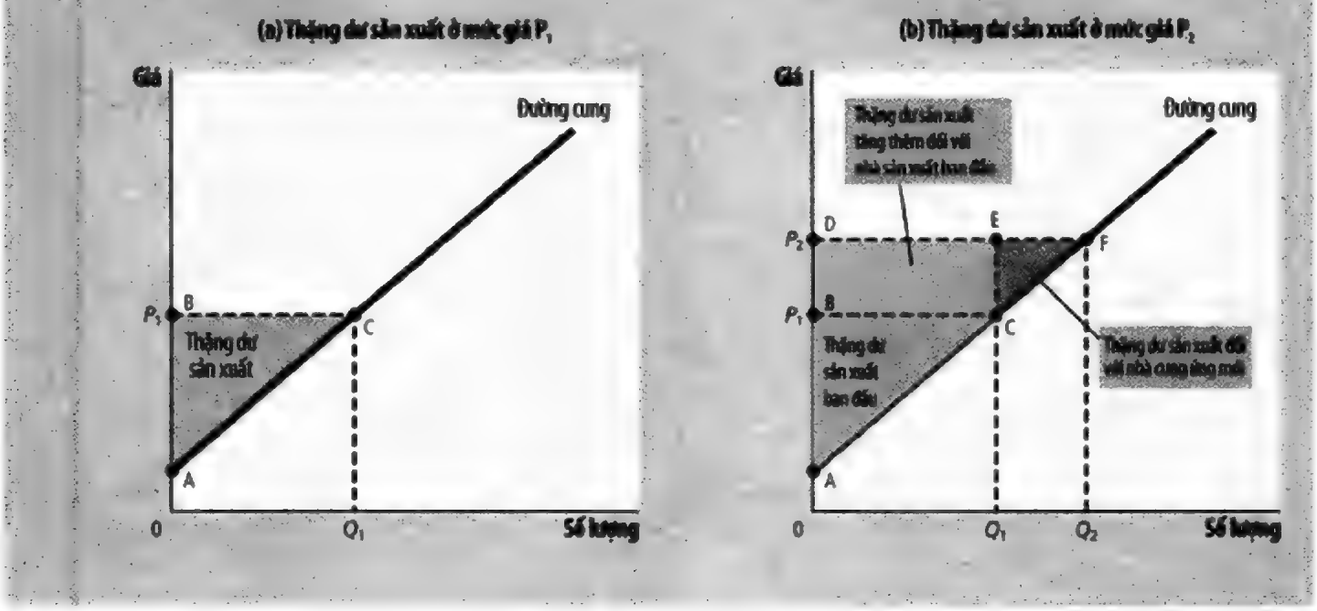
Tại bất kỳ mức sản lượng nào, mức giá tương ứng trên đường cung cũng thể hiện chi phí sản xuất của người bán cận biên, đây là người sẽ rời khỏi thị trường trước tiên nếu mức giá trên hạ xuống thấp hơn. Chẳng hạn, ở mức sản lượng 4 ngôi nhà, đường cung có độ cao là 900 đô la, đây là mức chi phí sản xuất mà Mary (người bán cận biên) phải chịu để cung ứng dịch vụ sơn nhà. Ở mức sản lượng là 3 ngôi nhà, đường cung có độ cao là 800 đô la, đây là mức chi phí Frida (lúc này là người sản xuất cận biên) phải chịu.

Vì đường cung phản ánh chi phí của người bán nên chúng ta có thể sử dụng đường cung để đo lường thặng dư sản xuất. Hình 5 sử dụng đường cung để tính

Hình 6

Tác động của giá lên thặng dư sản xuất

Ở đồ thị (a), với mức giá là P_1, lượng cầu là Q_1, và thặng dư sản xuất bằng phần diện tích tam giác ABC. Khi giá tăng từ P_1 lên P_2, như đồ thị (b), lượng cung tăng từ Q_1 lên Q_2, và thặng dư sản xuất tăng lên bằng diện tích tam giác ADF. Sự gia tăng của thặng dư sản xuất diễn ra một phần từ những người bán hiện hữu lúc này thu được nhiều tiền hơn (diện tích BCED) và một phần từ những nhà sản xuất mới tham gia vào thị trường tại mức giá cao hơn (diện tích CEF).



thặng dư sản xuất ở hai ví dụ trên. Ở Hình 5(a), chúng ta giả định mức giá là 600 đô la. Ở trường hợp này, lượng cung là 1. Lưu ý là phần diện tích dưới mức giá và trên đường cung bằng 100 đô la. Khoản tiền này đúng bằng với thặng dư sản xuất ta đã tính trước đó cho Grandma.

Hình 5(b) thể hiện thặng dư sản xuất ở mức giá 800 đô la. Ở trường hợp này, phần diện tích dưới mức giá và trên đường cung bằng tổng diện tích của hai hình chữ nhật. Phần diện tích này bằng 500 đô la, đây cũng chính là phần thặng dư sản xuất ta đã tính trước đó cho Georgia và Grandma khi hai ngôi nhà cần được sơn.

Bài học từ ví dụ này được áp dụng cho tất cả các đường cung: Phần diện tích dưới mức giá và trên đường cung đo lường thặng dư sản xuất trên một thị trường. Suy luận dễ dàng như sau: Độ cao của đường cung đo lường chi phí của người bán, và chênh lệch giữa mức giá và chi phí sản xuất là thặng dư sản xuất của mỗi người bán. Do đó, tổng diện tích là tổng thặng dư sản xuất của tất cả người bán.

Mức giá cao hơn làm tăng thặng dư sản xuất như thế nào

Bạn sẽ không ngạc nhiên khi biết rằng người bán luôn muốn nhận được mức giá cao hơn cho hàng hóa họ bán được. Tuy nhiên, lợi ích của người bán sẽ tăng lên bao nhiêu tương ứng với mức giá cao hơn? Khái niệm thặng dư sản xuất đưa ra được câu trả lời chính xác cho câu hỏi này.

Hình 6 thể hiện đường cung thuần túy dốc lên xuất hiện khi thị trường có nhiều người bán. Mặc dù đường cung này có hình dạng khác với hình vẽ trước nhưng chúng ta cũng đo lường thặng dư sản xuất như ở trên: Thặng dư sản xuất chính là phần diện tích dưới mức giá và trên đường cung. Ở Hình 6(a), mức giá là P_1, và thặng dư sản xuất chính là diện tích tam giác ABC.

Hình 6(b) cho thấy điều gì xảy ra khi giá tăng từ P_1 lên P_2. Lúc này thặng dư sản xuất là diện tích ADF. Phần tăng trong thặng dư của nhà sản xuất ở đây gồm hai phần. Đầu tiên là phần của những nhà sản xuất bán Q_1 sản phẩm ở mức giá P_1 sẽ có lợi hơn vì giờ đây họ thu được nhiều tiền hơn từ những gì họ bán. Sự gia tăng trong thặng dư sản xuất của những người bán hiện hữu bằng diện tích hình chữ nhật BCED. Thứ hai là một vài người bán mới gia nhập vào thị trường vì họ sẵn lòng bán hàng ở mức giá cao hơn do đó tạo nên sự gia tăng sản lượng cung ứng từ Q_1 lên Q_2.Thặng dư sản xuất của những người mới gia nhập thị trường là diện tích tam giác CEF.

Như phân tích ở trên, chúng ta sử dụng thặng dư sản xuất để đo lường lợi ích của người bán giống như cách chúng ta đã sử dụng thặng dư tiêu dùng để đo lường lợi ích của người mua. Vì hai phương pháp đo lường phúc lợi kinh tế này là giống nhau nên bình thường ta hay sử dụng chúng cùng nhau. Thật vậy, đây chính là điều mà chúng ta sẽ tiến hành ở mục tiếp theo.

KIỂM TRA NHANH: *Vẽ đường cung của gà tây. Từ biểu đồ của mình, bạn hãy chỉ ra một mức giá của gà tây và thặng dư của người sản xuất ở mức giá đó. Giải thích bằng lời thặng dư sản xuất này đo lường điều gì.*

HIỆU QUẢ THỊ TRƯỜNG

Thặng dư sản xuất và thặng dư tiêu dùng là những công cụ cơ bản được các nhà kinh tế học sử dụng để nghiên cứu phúc lợi của người mua và người bán trên thị trường. Những công cụ này giúp ta giải đáp một câu hỏi kinh tế nền tảng là: Phân bổ nguồn lực được quyết định bởi thị trường tự do có đáng mong muốn không?

Nhà hoạch định xã hội tốt bụng

Để đánh giá kết quả thị trường, chúng ta đưa vào phân tích một nhân vật giả tưởng mới, đó là nhà hoạch định xã hội tốt bụng. Nhà hoạch định tốt bụng này là một nhà độc tài hiểu biết mọi thứ, quyền lực toàn năng và có mục đích tốt. Nhà hoạch định này muốn tối đa hóa phúc lợi kinh tế của tất cả mọi người trong xã hội. Vậy nhà hoạch định này nên làm gì? Liệu anh ta chỉ nên để người bán và người mua tự đạt đến điểm cân bằng một cách tự nhiên hay anh ta có thể gia tăng phúc lợi kinh tế bằng cách thay đổi kết quả thị trường?

Để trả lời câu hỏi này, trước tiên nhà hoạch định phải xác định làm thế nào để đo lường được phúc lợi kinh tế của xã hội. Công cụ đo lường có thể là thặng dư của người mua và người bán mà chúng ta gọi là tổng thặng dư. Thặng dư tiêu dùng là phần lợi ích người mua nhận được khi tham gia thị trường, và thặng dư sản xuất là lợi ích người bán nhận được. Do đó, hiển nhiên ta sử dụng tổng thặng dư để đo lường phúc lợi của nền kinh tế.

Để hiểu hơn về công cụ đo lường phúc lợi của nền kinh tế ở trên, chúng ta hãy xem lại cách thặng dư sản xuất và thặng dư tiêu dùng được đo lường. Chúng ta xác định thặng dư tiêu dùng như sau:

Thặng dư tiêu dùng = Giá trị người tiêu dùng nhận được –
Khoản phí người tiêu dùng phải trả

Tương tự, chúng ta xác định thặng dư sản xuất như sau:

Thặng dư sản xuất = Khoản tiền người sản xuất nhận được –
Chi phí người sản xuất phải chịu

Bằng cách cộng thặng dư tiêu dùng và thặng dư sản xuất lại với nhau, chúng ta có được:

Tổng thặng dư = (Giá trị người tiêu dùng nhận được –
Khoản phí người tiêu dùng phải trả) +
(Khoản tiền người sản xuất nhận được –
Chi phí người sản xuất phải chịu)

Khoản tiền người mua phải trả đúng bằng khoản tiền người bán nhận được, do đó hai đại lượng ở giữa trong công thức trên bù trừ cho nhau. Cuối cùng, chúng ta có được tổng thặng dư như sau:

Tổng thặng dư = Giá trị người tiêu dùng nhận được –
Chi phí người sản xuất phải chịu

Tổng thặng dư trên thị trường là tổng giá trị người mua hàng nhận được, được đo bằng mức sẵn lòng trả, trừ đi tổng chi phí người bán phải chịu để cung cấp hàng hóa đó.

Nếu một sự phân bổ nguồn lực tối đa hóa được tổng thặng dư thì ta kết luận sự phân bổ này có được tính **hiệu quả**[1]. Nếu một sự phân bổ nào đó không hiệu quả thì một vài lợi ích tiềm năng từ giao dịch giữa người bán và người mua đã không được nhận ra. Chẳng hạn, một sự phân bổ là không hiệu quả nếu hàng hóa đó không được sản xuất bởi nhà cung cấp có chi phí thấp nhất. Trong trường hợp này, việc chuyển đổi sản xuất từ nhà cung cấp có chi phí sản xuất cao sang nhà cung cấp có chi phí sản xuất thấp sẽ giảm tổng chi phí sản xuất của người bán và làm tăng tổng thặng dư. Tương tự, một sự phân bổ là không hiệu quả nếu một hàng hóa không được tiêu thụ bởi người tiêu dùng định giá sản phẩm cao nhất. Trong trường hợp này, chuyển việc tiêu thụ sản phẩm từ người mua định giá thấp sang người mua định giá cao sẽ gia tăng tổng thặng dư.

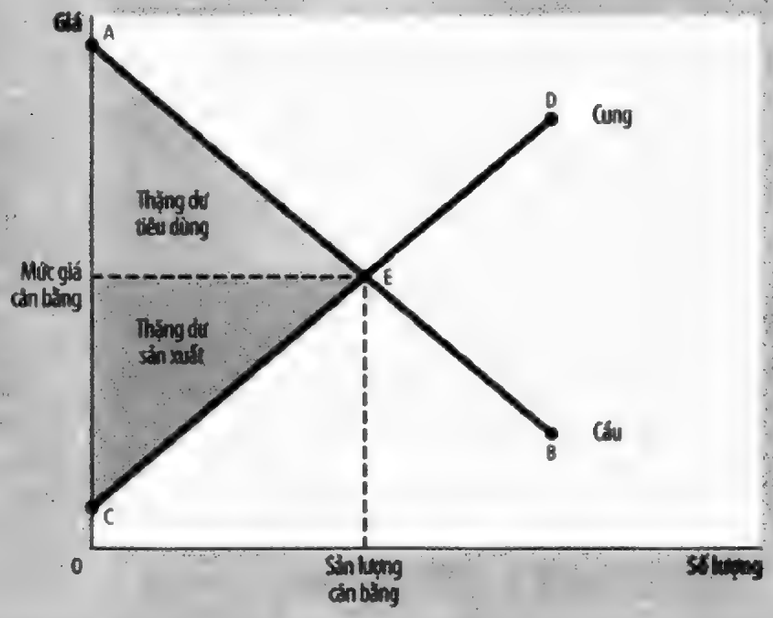
Bên cạnh tính hiệu quả, nhà hoạch định xã hội cũng quan tâm đến sự **bình đẳng**[2] – đó là liệu nhiều người mua và người bán trên thị trường có cùng mức phúc lợi kinh tế như nhau không. Về bản chất, lợi ích từ trao đổi thương mại trên thị trường cũng giống như một chiếc bánh được chia cho các bên tham gia thị trường. Vấn đề mà tính hiệu quả quan tâm là liệu chiếc bánh có to được đến mức tối đa mà nó có thể đạt được hay không. Vấn đề mà tính bình đẳng quan tâm là

1. **Hiệu quả**: thuộc tính của sự phân bổ nguồn lực, theo đó các thành viên xã hội đạt được tổng thặng dư cao nhất có thể từ những nguồn lực khan hiếm.
2. **Bình đẳng**: tình trạng phân phối sự thịnh vượng kinh tế một cách bằng nhau giữa các thành viên trong xã hội.

Hình 7

Thặng dư sản xuất và tiêu dùng khi thị trường cân bằng

Tổng thặng dư – tổng thặng dư sản xuất và tiêu dùng – là phần diện tích giữa đường cung và đường cầu đến mức sản lượng cân bằng



chiếc bánh được cắt ra như thế nào và tỷ lệ được phân chia giữa các thành viên trong xã hội là bao nhiêu. Ở chương này, chúng ta tập trung vào tính hiệu quả với vai trò là mục tiêu của nhà hoạch định chính sách. Tuy nhiên, chúng ta cũng lưu ý rằng các nhà hoạch định chính sách cũng quan tâm đến sự bình đẳng.

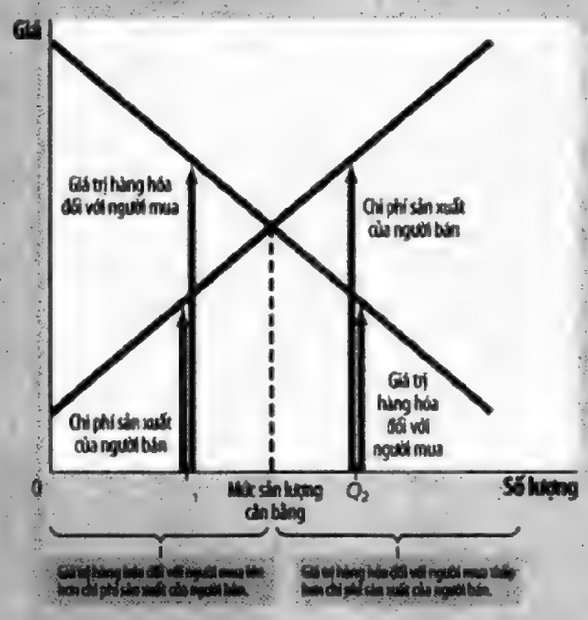
Đánh giá cân bằng thị trường

Hình 7 thể hiện thặng dư sản xuất và thặng dư tiêu dùng khi thị trường đạt đến mức cân bằng cung cầu. Chúng ta nhớ lại thặng dư tiêu dùng là phần diện tích trên mức giá và dưới đường cầu và thặng dư sản xuất là phần diện tích dưới mức giá và trên đường cung. Do đó, tổng diện tích giữa đường cung và đường cầu đến điểm cân bằng thể hiện tổng thặng dư trên thị trường.

Điểm cân bằng này có đạt được sự phân bổ nguồn lực hiệu quả không? Tức là, điểm cân bằng đó có tối đa hóa tổng thặng dư không? Để trả lời câu hỏi này, chúng ta nhớ lại rằng khi một thị trường đạt đến trạng thái cân bằng thì mức giá sẽ quyết định người mua và người bán nào sẽ tham gia thị trường. Những người mua định giá hàng hóa cao hơn mức giá cân bằng (được thể hiện bởi đoạn AE trên đường cầu) sẽ quyết định mua hàng hóa đó; những người định giá hàng hóa thấp hơn mức giá (được thể hiện bởi đoạn EB) sẽ không mua hàng hóa đó. Tương tự, những người bán có chi phí thấp hơn mức giá cân bằng (được thể hiện bởi đoạn CE trên đường cung) sẽ quyết định sản xuất và bán hàng hóa đó; những người bán có chi phí cao hơn mức giá (được thể hiện bởi đoạn ED) sẽ không sản xuất và bán mặt hàng đó.

Những xác định trên đây dẫn đến hai hàm ý về kết quả thị trường:

1. Thị trường tự do phân phối cung hàng hóa đến những người mua đánh giá hàng hóa cao nhất, nghĩa là có mức sẵn lòng trả cao nhất.
2. Thị trường tự do phân phối cầu hàng hóa đến những người bán có thể sản xuất mặt hàng đó ở mức chi phí thấp nhất.



Hình 8

Tính hiệu quả của sản lượng cân bằng

Tại mức sản lượng thấp hơn mức sản lượng cân bằng, chẳng hạn như Q_1, giá trị hàng hóa đối với người mua lớn hơn chi phí sản xuất của người bán. Tại mức sản lượng lớn hơn mức sản lượng cân bằng, chẳng hạn như Q_2, chi phí sản xuất của người bán cao hơn giá trị hàng hóa đối với người mua. Do đó, mức cân bằng thị trường tối đa hóa được tổng thặng dư sản xuất và tiêu dùng.

Bởi vậy, tại một mức sản lượng được sản xuất và bán tại mức cân bằng thị trường, nhà hoạch định xã hội không thể làm tăng phúc lợi nền kinh tế bằng cách thay đổi phân phối tiêu dùng giữa những người mua hay phân phối sản xuất giữa những người bán.

Tuy nhiên, liệu nhà hoạch định xã hội có thể gia tăng tổng phúc lợi bằng cách tăng hay giảm mức sản lượng hàng hóa? Điều này là không thể theo như diễn giải trong hàm ý thứ ba về kết quả thị trường:

3. Thị trường tự do tạo ra mức sản lượng hàng hóa tối đa hóa tổng thặng dư sản xuất và tiêu dùng.

Hình 8 giải thích lý do tại sao khẳng định trên đây là đúng. Để lý giải hình vẽ này, chúng ta cần lưu ý rằng đường cầu phản ánh giá trị hàng hóa đối với người mua và đường cung phản ánh chi phí sản xuất của người bán. Ở bất kỳ mức sản lượng nào dưới mức cân bằng, chẳng hạn ở mức Q_1, giá trị hàng hóa đối với người mua sau cùng lớn hơn chi phí sản xuất của người bán sau cùng. Do đó, việc gia tăng mức sản xuất và tiêu thụ này sẽ giúp tổng phúc lợi tăng lên. Điều này sẽ tiếp tục đúng cho đến khi sản lượng đạt đến mức cân bằng. Tương tự, tại mức sản lượng vượt qua mức cân bằng, chẳng hạn ở mức Q_2, giá trị hàng hóa đối với người mua sau cùng sẽ thấp hơn chi phí sản xuất của người bán sau cùng. Trong trường hợp này, việc giảm sản lượng sẽ giúp tổng phúc lợi tăng lên, và điều này tiếp tục đúng cho đến khi sản lượng giảm về mức cân bằng. Để tối đa hóa tổng phúc lợi, nhà hoạch định chính sách sẽ chọn mức sản lượng mà đường cung và đường cầu giao nhau.

Tóm lại, ba hàm ý trên đây cho chúng ta biết kết quả hoạt động thị trường giúp tổng thặng dư sản xuất và tiêu dùng đạt được mức lớn nhất có thể. Hay nói cách khác, kết quả thị trường ở mức cân bằng là một sự phân bổ nguồn lực hiệu quả. Bởi vậy nhà hoạch định xã hội cân bằng sẽ để thị trường tự vận hành để đạt được hiệu quả, đúng như những gì họ khám phá được. Chính sách để thị trường tự vận

hành vừa đủ được thể hiện bằng thuật ngữ *laissez faire* trong tiếng Pháp với nghĩa được dịch là "để nó tự vận hành".

Xã hội may mắn khi nhà hoạch định không phải can thiệp vào thị trường. Mặc dù đây là cách mà một nhà độc quyền hiểu biết, toàn năng, quyền lực và tốt bụng, chúng ta sẽ gặp phải thực tế là rất hiếm khi tất cả các tính cách trên đi cùng với nhau. Nhà cầm quyền hiếm khi không vụ lợi, và thậm chí chúng ta tìm được một người cực kỳ toàn năng thì người này vẫn không thể có đầy đủ được mọi thông tin thị trường quan trọng.

Giả sử nhà hoạch định xã hội cố gắng tự mình lựa chọn một sự phân bổ nguồn lực hiệu quả thay vì dựa vào sự vận hành của thị trường. Để làm được điều này, nhà hoạch định phải biết được giá trị của một hàng hóa cụ thể đối với mỗi khách hàng tiềm năng trên thị trường và chi phí của mỗi nhà sản xuất tiềm năng. Và ông ta cần những thông tin này không chỉ của một thị trường này mà cho hàng ngàn thị trường trong nền kinh tế. Nhiệm vụ này thực tế là không thể đạt được. Điều này giải thích lý do tại sao các nền kinh tế kế hoạch hóa tập trung không bao giờ vận hành tốt được.

Tuy nhiên, công việc của nhà hoạch định sẽ trở nên dễ dàng khi anh ta chấp nhận một cộng sự: Bàn tay vô hình trên thị trường của Adam Smith. Bàn tay vô hình xem xét tất cả thông tin về người mua và người bán và hướng mọi chủ thể trên thị trường đạt đến kết quả tốt nhất được đánh giá dựa trên tiêu chuẩn hiệu quả thị trường. Thật sự, đây là một kỳ công vĩ đại. Đó cũng là lý do tại sao các nhà kinh tế thường ủng hộ thị trường tự do là cách thức tốt nhất để tổ chức hoạt động kinh tế.

NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG *Có nên tồn tại một thị trường mua bán các bộ phận cơ thể?*

Cách đây vài năm, trang bìa tạp chí Boston Globe có chạy dòng tiêu đề "Làm thế nào mà tình thương của người mẹ có thể giúp bảo toàn được hai mạng sống?" Bài báo đã kể câu chuyện về Susan Stephens, một phụ nữ có con trai cần cấy ghép thận. Khi bác sỹ nhận thấy thận của người mẹ không tương thích với của con, ông đã đề ra một giải pháp mới: Nếu Stephens hiến một quả thận của mình cho một người khác thì con trai cô sẽ được xếp lên vị trí đầu tiên trong danh sách chờ ghép thận. Người mẹ chấp nhận đề xuất trên và hai bệnh nhân đã sớm được cấy ghép thận như mong đợi.

Thật dễ dàng thấy được sự khéo léo trong đề xuất của vị bác sỹ và sự cao cả trong hành động của người mẹ. Tuy nhiên, câu chuyện đặt ra một vài câu hỏi rất lý thú. Nếu người mẹ có thể trao đổi một quả thận bằng một quả thận, vậy liệu bệnh viện có cho phép người mẹ trao đổi một quả thận với việc được phẫu thuật chữa trị bệnh ung thư với chi phí rất cao mà người mẹ không thể chi trả? Liệu người mẹ có nên được phép trao đổi quả thận của mình để con trai được miễn học phí ở trường y của bệnh viện. Liệu bà có nên được bán thận và dùng tiền mặt để đổi chiếc Chevy cũ kỹ của mình lấy chiếc Lexus mới?

Liên quan đến vấn đề chính sách cộng đồng, xã hội của chúng ta cho rằng một người bán đi bộ phận cơ thể của mình là bất hợp pháp. Thực ra thì chính phủ đặt một mức giá trần bằng 0 trên thị trường mua bán bộ phận cơ thể. Kết quả, giống như bất kỳ trường hợp nào áp đặt giá trần có hiệu lực, là có sự thiếu hụt cung hàng hóa. Thỏa thuận trong trường hợp của Stephen không rơi vào điều khoản bị cấm trên đây vì không có khoản tiền mặt nào được trao đổi.

Nhiều nhà kinh tế tin rằng việc cho phép một thị trường tự do cho các bộ phận cơ thể sẽ mang lại nhiều lợi ích to lớn. Người ta sinh ra với hai quả thận nhưng họ thường chỉ cần có một. Trong khi đó, một vài người vì bệnh tật phải cắt bỏ chúng nên không còn một quả thận nào làm việc. Mặc dù lợi ích từ thương mại là rất rõ ràng nhưng tình hình hiện nay rất đáng ngại: Một bệnh nhân thông thường phải đợi vài năm mới được cấy thận, và mỗi năm hàng ngàn người bị chết do không tìm được quả thận tương thích với mình. Nếu những người này được phép mua một quả thận từ người có hai quả thận, mức giá sẽ tăng lên để cân bằng cung và cầu. Người bán sẽ có lợi với khoản tiền mặt thêm vào hầu bao của mình. Người mua có lợi với bộ phận cơ thể mình cần để duy trì sự sống của mình. Sự thiếu hụt các quả thận sẽ không xảy ra.

Một thị trường như trên đây sẽ tạo ra được sự phân bổ nguồn lực hiệu quả. Tuy nhiên, những người chỉ trích về kế hoạch này bận tâm đến tính công bằng. Họ lập luận rằng một thị trường các bộ phận cơ thể sẽ mang lại lợi ích cho người giàu dựa trên chi phí của người nghèo vì bộ phận cơ thể sẽ được phân phối đến người sẵn lòng và có khả năng chi trả cao nhất. Tuy nhiên, bạn cũng có thể đặt câu hỏi cho tính công bằng của hệ thống hiện tại. Hiện nay, hầu hết chúng ta đi lại với một bộ phận cơ thể phụ thêm mà chúng ta không thật sự cần đến, trong khi đó một vài công dân yêu quý của chúng ta đang sống chết để có được nó. Như vậy thì có công bằng không? ■

KIỂM TRA NHANH: *Vẽ đường cung và đường cầu của gà tây. Tại điểm cân bằng, hãy chỉ ra thặng dư của người sản xuất và người tiêu dùng. Giải thích tại sao sản xuất thêm nhiều gà tây sẽ làm giảm tổng thặng dư.*

KẾT LUẬN: HIỆU QUẢ THỊ TRƯỜNG VÀ THẤT BẠI THỊ TRƯỜNG

Chương này giới thiệu những công cụ cơ bản của kinh tế học phúc lợi – thặng dư sản xuất và thặng dư tiêu dùng – và sử dụng chúng để đánh giá tính hiệu quả của thị trường tự do. Chúng ta đã chỉ ra rằng các lực cung và cầu phân bổ nguồn lực một cách hiệu quả. Điều đó có nghĩa là dù mỗi người mua và người bán trên thị trường chỉ quan tâm đến lợi ích của riêng mình nhưng họ cùng chịu sự dẫn dắt của một bàn tay vô hình để đạt đến điểm cân bằng tối đa hóa tất cả lợi ích của người bán và người mua.

Sự thận trọng là cần thiết ở đây. Để kết luận rằng thị trường hiệu quả, chúng ta cần có một vài giả định thị trường vận hành như thế nào. Khi những giả định này không thỏa mãn, kết luận rằng cân bằng thị trường là hiệu quả có lẽ không còn

đúng nữa. Trước khi kết thúc chương này, chúng ta hãy cùng xem xét ngắn gọn về hai giả định quan trọng nhất.

Thứ nhất, phân tích của chúng ta giả định thị trường là cạnh tranh hoàn hảo. Tuy nhiên, trên thế giới, cạnh tranh thường khó đạt được sự hoàn hảo. Ở một vài thị trường, một người mua hay người bán (hoặc một nhóm nhỏ trong số họ) có thể kiểm soát giá thị trường. Khả năng tác động lên giá này được gọi là *quyền lực thị trường*. Quyền lực thị trường có thể làm cho thị trường không hiệu quả vì nó giữ mức giá và sản lượng cách xa mức cân bằng của cung và cầu.

Thứ hai, phân tích của chúng ta giả định rằng kết quả của một thị trường chỉ tác động đến người mua và người bán trên thị trường. Tuy nhiên, trên thực tế, quyết định của người mua và người bán thỉnh thoảng tác động đến những người không tham gia vào thị trường đó. Ô nhiễm là một ví dụ điển hình. Chẳng hạn, việc sử dụng hóa chất nông nghiệp tác động không chỉ đến các nhà sản xuất hóa chất và những nông dân sử dụng những hóa chất này mà còn đến những người hít phải không khí hay uống phải nguồn nước bị ô nhiễm do những hóa chất này gây ra. Những mặt tác động như trên, được gọi là *ngoại tác*, làm cho phúc lợi thị trường phụ thuộc vào nhiều yếu tố hơn chứ không đơn thuần dựa trên giá trị hàng hóa đối với người mua và chi phí đối với người bán. Vì người mua và người bán không xem xét những mặt tác động này khi quyết định mức sản lượng tiêu thụ và sản xuất, điểm cân bằng trên thị trường có thể không hiệu quả xét trên tổng thể toàn xã hội.

Quyền lực thị trường và ngoại tác là những ví dụ về một hiện tượng chung gọi là *thất bại thị trường* – từ đó một vài thị trường không được điều tiết sẽ không thể phân bổ nguồn lực hiệu quả. Khi thị trường thất bại, chính sách công có thể sửa chữa những thất bại và làm tăng hiệu quả kinh tế. Các nhà kinh tế học vi mô dành nhiều nỗ lực để nghiên cứu khi nào thất bại thị trường có thể xảy ra và loại chính sách nào là tốt nhất để khắc phục các thất bại thị trường. Khi bạn tiếp tục nghiên cứu về kinh tế học, bạn sẽ thấy các công cụ kinh tế học phúc lợi được xây dựng ở đây sẵn sàng đáp ứng cho những nỗ lực này.

Dù có những khả năng tồn tại thất bại thị trường nhưng bàn tay vô hình của thị trường vẫn cực kỳ quan trọng. Ở nhiều thị trường, những giả định chúng ta đưa ra ở chương này có thể được thỏa mãn và kết luận về thị trường hiệu quả có thể được áp dụng trực tiếp. Hơn nữa, chúng ta có thể sử dụng phân tích về kinh tế học phúc lợi và tính hiệu quả của thị trường để khám phá những tác động trong nhiều chính sách của chính phủ. Trong hai chương tiếp theo, chúng ta áp dụng các công cụ vừa phát triển để nghiên cứu hai vấn đề chính sách quan trọng – tác động về phúc lợi của thuế và thương mại quốc tế.

TÓM TẮT

- Thặng dư tiêu dùng là mức sẵn lòng trả của người mua trừ đi khoản tiền họ thực sự phải trả, và đại lượng này đo lường lợi ích mà người mua nhận

được khi tham gia thị trường. Thặng dư tiêu dùng có thể được tính bằng cách tính phần diện tích dưới đường cầu và trên mức giá.

- Thặng dư sản xuất bằng khoản tiền người bán nhận được từ hàng hóa của mình trừ đi phần chi phí họ phải chịu để sản xuất hàng hóa đó. Thặng dư sản xuất có thể được tính bằng cách tính phần diện tích dưới mức giá và trên đường cung.
- Sự phân bổ nguồn lực được xem là hiệu quả khi nó tối đa hóa được tổng thặng dư sản xuất và tiêu dùng. Chính bàn tay vô hình của thị trường sẽ dẫn dắt người mua và người bán đạt đến sự phân bổ nguồn lực hiệu quả.
- Thị trường không phân bổ nguồn lực hiệu quả khi có sự tồn tại của những thất bại thị trường, chẳng hạn như quyền lực thị trường hay ngoại tác.

KHÁI NIỆM THEN CHỐT

Kinh tế học phúc lợi	welfare economics
Giá sẵn lòng trả	willingness to pay
Thặng dư tiêu dùng	consumer surplus
Chi phí	cost
Thặng dư sản xuất	producer surplus
Hiệu quả	efficiency
Bình đẳng	equality

CÂU HỎI ÔN TẬP

1. Hãy giải thích mối quan hệ giữa giá sẵn lòng trả của người mua, thặng dư tiêu dùng và đường cầu.
2. Hãy giải thích mối quan hệ giữa chi phí sản xuất của người bán, thặng dư sản xuất và đường cung.
3. Tại sao việc giảm giá hàng hóa làm tăng thặng dư tiêu dùng?
4. Tính hiệu quả là gì? Liệu nó có phải là mục tiêu duy nhất của các nhà hoạch định chính sách kinh tế hay không?
5. Bàn tay vô hình làm được điều gì?
6. Nêu tên hai loại thất bại thị trường. Giải thích tại sao mỗi loại thất bại thị trường này làm cho thị trường không hiệu quả.

BÀI TẬP VÀ ỨNG DỤNG

1. Melissa mua một máy iPod với giá 100 đô la và đạt được thặng dư tiêu dùng là 80 đô la.

a. Giá sẵn lòng trả của cô ấy là bao nhiêu?

b. Nếu cô ấy mua máy iPod chỉ với giá 70 đô la thì thặng dư tiêu dùng của cô ấy sẽ như thế nào?

c. Nếu giá của một máy iPod là 200 đô la thì thặng dư tiêu dùng của cô ấy sẽ là bao nhiêu?

2. Mùa đông đến sớm ở California gây thiệt hại cho vụ mùa chanh. Giải thích thặng dư tiêu dùng sẽ như thế nào trên thị trường chanh. Giải thích thặng dư tiêu dùng sẽ như thế nào trên thị trường nước chanh. Minh họa câu trả lời của bạn bằng đồ thị.

3. Giả sử cầu về bánh mì kiểu Pháp gia tăng. Giải thích thặng dư sản xuất sẽ như thế nào trên thị trường bánh mì kiểu Pháp. Giải thích thặng dư sản xuất sẽ như thế nào trên thị trường bột mì. Minh họa câu trả lời của bạn bằng đồ thị.

4. Vào một ngày oi bức, Bert khát nước. Đây là giá trị một chai nước được anh ta xác định:

Giá trị chai nước đầu tiên	7 đô la
Giá trị chai nước thứ hai	5
Giá trị chai nước thứ ba	3
Giá trị chai nước thứ tư	1

a. Từ thông tin trên, hãy suy ra biểu cầu của Bert. Vẽ đồ thị đường cầu của anh ta đối với chai nước.

b. Nếu giá chai nước là 4 đô la, Bert sẽ mua bao nhiêu chai nước? Thặng dư tiêu dùng Bert nhận được khi mua chai nước là bao nhiêu? Thể hiện thặng dư tiêu dùng của Bert bằng đồ thị.

c. Nếu giá giảm xuống mức 2 đô la, lượng cầu sẽ thay đổi như thế nào? Thặng dư tiêu dùng của Bert thay đổi như thế nào? Minh họa những thay đổi trên bằng đồ thị.

5. Ernie có một chiếc máy bơm nước. Vì bơm nhiều nước sẽ khó khăn hơn là bơm ít nước nên chi phí sản xuất một chai nước sẽ tăng khi anh ấy phải bơm thêm nhiều nước. Đây là chi phí sản xuất mà Ernie phải chịu khi sản xuất một chai nước:

Chi phí của chai nước đầu tiên	1 đô la
Chi phí của chai nước thứ hai	3
Chi phí của chai nước thứ ba	5
Chi phí của chai nước thứ tư	7

a. Từ thông tin trên, hãy suy ra biểu cung của Ernie. Vẽ đồ thị đường cung nước đóng chai của anh ta.

b. Nếu giá một chai nước là 4 đô la, Ernie sẽ sản xuất và bán bao nhiêu chai nước? Thặng dư sản xuất của anh ta từ việc bán nước đóng chai là bao nhiêu? Hãy thể hiện thặng dư sản xuất của Ernie bằng đồ thị.

c. Nếu giá tăng lên 6 đô la, lượng cung sẽ thay đổi như thế nào? Thặng dư sản xuất của Ernie thay đổi như thế nào? Minh họa những thay đổi trên bằng đồ thị.

6. Phân tích thị trường ở Câu hỏi 4 với Bert là người mua và ở câu hỏi 5 với Ernie là người bán.
   a. Bạn hãy dựa trên biểu cung của Ernie và biểu cầu của Bert để xác định lượng cung và lượng cầu ở các mức giá 2 đô la, 4 đô la và 6 đô la. Mức giá nào giúp cung và cầu đạt đến điểm cân bằng?
   b. Thặng dư sản xuất, thặng dư tiêu dùng và tổng thặng dư tại điểm cân bằng là bao nhiêu?
   c. Nếu Ernie sản xuất và Bert tiêu thụ ít đi một chai nước thì tổng thặng dư sẽ như thế nào?
   d. Nếu Ernie sản xuất và Bert tiêu thụ thêm một chai nước thì tổng thặng dư sẽ như thế nào ?
7. Sử dụng khái niệm tổng thặng dư để phân tích phát biểu sau : "Bạn không thể có quá nhiều một thứ gì đó, ngay cả khi thứ đó là tốt"
8. Chi phí sản xuất TV màn hình phẳng đã giảm xuống vào thập niên trước. Hãy xem xét một vài hàm ý từ thực tế này.
   a. Hãy vẽ đồ thị cung cầu để mô tả tác động của việc cắt giảm chi phí lên giá thành và số lượng TV màn hình phẳng được bán ra.
   b. Từ đồ thị trên, bạn hãy mô tả những thay đổi của thặng dư tiêu dùng và thặng dư sản xuất.
   c. Giả sử cung TV màn hình phẳng rất co giãn. Ai sẽ có lợi nhất từ việc giảm chi phí sản xuất – người mua hay người bán loại TV này?
9. Có bốn khách hàng sẵn lòng trả khoản tiền sau cho dịch vụ cắt tóc

   Jerry: 7 đô la; Oprah: 2 đô la; Ellen: 8 đô la; Phil: 5 đô la

   Có bốn tiệm cắt tóc với chi phí như sau :

   Tiệm A: 3 đô la; Tiệm B: 6 đô la ; Tiệm C: 4 đô la ; Tiệm D: 2 đô la

   Mỗi tiệm chỉ có khả năng cắt tóc cho một người. Để đạt được tính hiệu quả, dịch vụ cắt tóc nên được cung ứng cho bao nhiêu người? Tiệm nào nên cung ứng dịch vụ và khách hàng nào nên cắt tóc? Tổng thặng dư đạt được cao nhất có thể là bao nhiêu?
10. Giả sử tiến bộ kỹ thuật giúp giảm chi phí sản xuất máy tính.
    a. Hãy vẽ đồ thị cung cầu để mô tả những thay đổi về giá, sản lượng, thặng dư tiêu dùng và thặng dư sản xuất trên thị trường máy tính.
    b. Máy tính và máy đánh chữ là hai mặt hàng thay thế nhau. Sử dụng đồ thị cung cầu để mô tả những thay đổi về giá, sản lượng, thặng dư sản xuất và thặng dư tiêu dùng trên thị trường máy đánh chữ. Nhà sản xuất máy đánh chữ nên vui hay buồn về sự cải tiến kỹ thuật trong sản xuất máy vi tính.

c. Máy tính và phần mềm là hai sản phẩm bổ sung cho nhau. Hãy vẽ đồ thị cung cầu để mô tả những thay đổi về giá, sản lượng, thặng dư sản xuất và thặng dư tiêu dùng trên thị trường phần mềm. Nhà sản xuất phần mềm nên vui hay buồn với những cải tiến kỹ thuật trong sản xuất máy tính?

d. Phân tích trên có giúp ích cho việc giải thích lý do nhà sản xuất phần mềm Bill Gates là một trong những người giàu nhất thế giới?

11. Một người bạn của bạn đang cân nhắc lựa chọn giữa hai nhà cung ứng dịch vụ điện thoại di động. Nhà cung cấp A thu phí 120 đô la một tháng cho dịch vụ gọi trọn gói. Nhà cung ứng B không thu phí cố định mà thay vào đó là mức phí 1 đô la một phút cho các cuộc gọi. Nhu cầu hàng tháng về thời gian gọi điện của người bạn này được xác định bởi hàm sau: $Q^D = 150 - 50P$, trong đó P là mức phí gọi điện trong một phút.

a. Với mỗi nhà sản xuất, bạn hãy xác định số tiền mà người bạn này phải trả thêm để gọi thêm một phút?

b. Từ phần trả lời ở Câu (a), người bạn này sẽ gọi bao nhiêu phút đối với mỗi nhà cung ứng?

c. Cuối cùng anh ấy sẽ trả phí là bao nhiêu cho từng nhà cung ứng?

d. Thặng dư tiêu dùng anh ấy sẽ có được ứng với từng nhà sản xuất? (Gợi ý: Vẽ đồ thị đường cầu và xem lại công thức tính diện tích tam giác).

e. Bạn khuyên bạn mình nên chọn nhà cung ứng nào? Tại sao?

12. Hãy cùng xem xét tác động của dịch vụ bảo hiểm lên số lượng dịch vụ chăm sóc y tế được thực hiện. Giả sử một người phải tiêu tốn 100 đô la cho một lần khám chữa bệnh thông thường nhưng cô ấy chỉ mất 20 đô la nếu có bảo hiểm. Công ty bảo hiểm của cô sẽ thanh toán khoản tiền còn lại là 80 đô la. (Công ty bảo hiểm sẽ thu bù lại 80 đô la thông qua phí bảo hiểm thu được, tuy nhiên khoản phí một người chịu không phụ thuộc vào số lần khám chữa bệnh người này thực hiện).

a. Hãy vẽ đường cầu cho thị trường khám chữa bệnh. (Trên đồ thị này, trục hoành nên thể hiện số lần khám chữa bệnh). Hãy xác định lượng cầu về khám chữa bệnh khi mỗi lần khám có giá là 100 đô la.

b. Ở đồ thị trên, hãy xác định lượng cầu khám chữa bệnh khi người mua trả 20 đô la một lần khám. Nếu chi phí mỗi lần khám đối với xã hội thực sự là 100 đô la và nếu những cá nhân có bảo hiểm sức khỏe như mô tả ở trên, số lần khám bệnh có tối đa hóa được tổng thặng dư không? Giải thích.

c. Các nhà kinh tế thường than phiền về việc sử dụng quá mức dịch vụ chăm sóc y tế nhờ bảo hiểm sức khỏe. Từ những phân tích của bạn, hãy giải thích tại sao việc sử dụng dịch vụ chăm sóc sức khỏe được xem là "quá mức"?

d. Chính sách nào có thể ngăn ngừa việc sử dụng quá mức này?

Để biết thêm thông tin về chủ đề của chương này, hãy ghé thăm website của chúng tôi tại *www.cengage.com/international* để xem thêm bài tập, ứng dụng, ví dụ, các bài kiểm tra trực tuyến và các nội dung khác.

8

ỨNG DỤNG: CHI PHÍ CỦA THUẾ

Thuế thường là nguồn gốc của các tranh luận chính trị quyết liệt. Vào năm 1776, sự căm phẫn của những người dân thuộc địa ở Hoa Kỳ trước việc đánh thuế của người Anh đã châm ngòi cho cuộc cách mạng Hoa Kỳ. Hơn hai thế kỷ sau, các đảng phái chính trị ở Hoa Kỳ lại tiếp tục đấu tranh cho hình thức và phạm vi thích hợp của hệ thống thuế. Tuy vậy, ở một mức độ nào đó thì không ai phản đối ý kiến cho rằng việc đánh thuế là cần thiết. Như Oliver Wendell Holmes Jr. đã từng nói "Thuế là những gì chúng ta chi trả vì một xã hội văn minh."

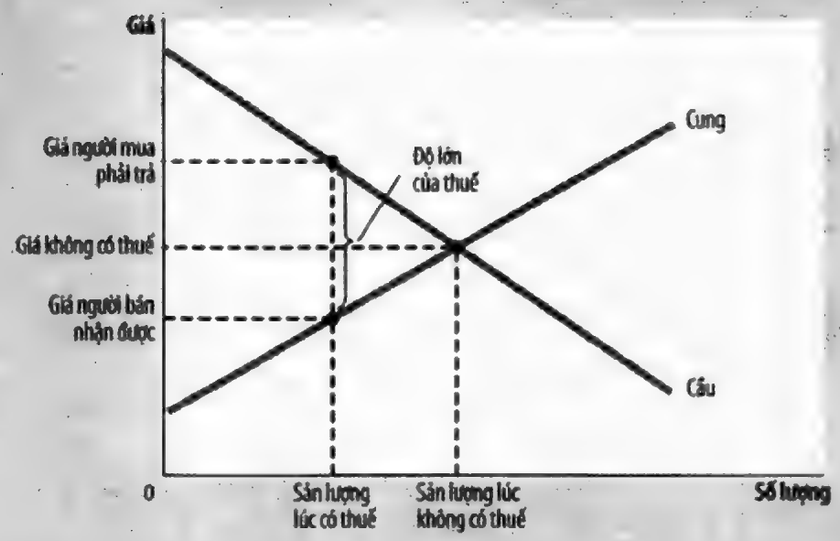
Bởi vì thuế có ảnh hưởng vô cùng to lớn đến nền kinh tế hiện đại nên chúng ta quay trở lại chủ đề này nhiều lần trong suốt giáo trình này khi chúng ta chủ định mở rộng bộ công cụ hiện có. Thuế bắt đầu được nghiên cứu ở Chương 6. Ở chương đó, chúng ta đã hiểu được thuế đánh lên một mặt hàng có ảnh hưởng như thế nào đến giá cả và số lượng được bán ra của hàng hóa đó và lực cung cầu phân chia nghĩa vụ chịu thuế giữa người bán và người mua như thế nào. Trong chương này, chúng ta mở rộng phân tích này và xem xét thuế tác động như thế nào đến phúc lợi, lợi ích kinh tế của các thành phần tham gia thị trường. Hay nói cách khác, chúng ta biết được cái giá cho một xã hội văn minh có thể cao đến mức nào.

Thoạt tiên, các tác động của thuế dường như rất rõ ràng. Chính phủ ban hành thuế nhằm gia tăng nguồn thu và nguồn thu này phải lấy từ hầu bao của một ai đó. Như chúng ta đã biết ở Chương 6, cả người bán và người mua đều bị thiệt khi hàng hóa bị đánh thuế: Thuế làm tăng mức giá người mua phải trả và hạ thấp mức giá mà người bán nhận được. Tuy nhiên, để hiểu đầy đủ hơn về tác động của thuế lên phúc lợi kinh tế, chúng ta phải so sánh phần phúc lợi bị suy giảm của người bán và người mua với khoản thu tăng lên của chính phủ. Các công cụ thặng dư sản xuất và thặng dư tiêu dùng giúp chúng ta thực hiện được việc so sánh này. Phân tích sẽ chỉ ra rằng chi phí thuế mà người bán và người mua phải chịu vượt qua phần doanh thu gia tăng của chính phủ.

Hình 1

Tác động của thuế

Thuế đánh lên hàng hóa tạo ra khoảng cách giữa mức giá mà người mua phải trả và mức giá mà người bán nhận được. Số lượng hàng hóa bán ra giảm xuống.



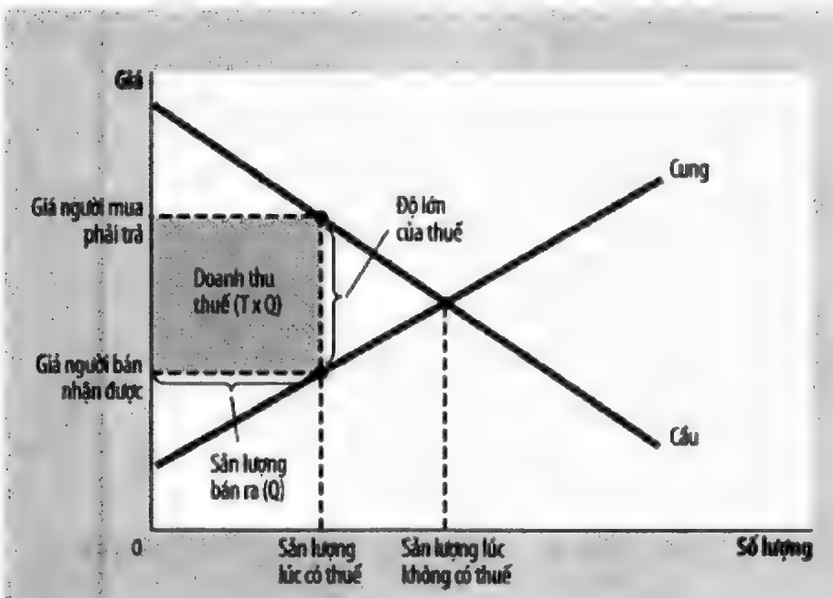
TỔN THẤT VÔ ÍCH CỦA THUẾ

Chúng ta bắt đầu nhớ lại một trong các bài học lý thú ở Chương 6: Tác động của thuế là như nhau khi thuế đánh lên người mua hoặc người bán. Khi người mua phải chịu thuế, đường cầu dịch chuyển xuống dưới đúng bằng khoản thuế; khi người bán chịu thuế, đường cung dịch chuyển lên trên đúng bằng khoản thuế. Hoặc trong trường hợp khi thuế được ban hành thì mức giá mà người mua phải trả tăng lên và mức giá mà người bán nhận được giảm xuống. Cuối cùng, độ co giãn cung cầu xác định khoản chịu thuế được phân chia giữa người sản xuất và người tiêu dùng. Sự phân chia này là giống nhau cho dù thuế được áp dụng như thế nào.

Hình 1 thể hiện các tác động này. Để đơn giản hóa cho thảo luận, hình vẽ không thể hiện sự dịch chuyển của đường cung hay đường cầu, mặc dù phải có một đường dịch chuyển. Đường nào sẽ dịch chuyển tùy thuộc vào thuế do người bán chịu (đường cung dịch chuyển) hay do người mua chịu (đường cầu dịch chuyển). Ở chương này, chúng ta có thể giữ phân tích ở mức tổng quát và đơn giản hóa các đồ thị bằng cách không xét đến sự dịch chuyển này. Kết quả chính mà chúng ta quan tâm ở đây là thuế tạo ra chênh lệch giữa mức giá mà người mua phải trả và mức giá mà người bán nhận được. Vì khoảng cách này của thuế mà sản lượng hàng hóa được bán ra ở mức thấp hơn mức sản lượng khi không có thuế. Nói cách khác, thuế đánh lên hàng hóa làm cho quy mô của thị trường hàng hóa đó nhỏ lại. Những kết quả này cũng tương tự như nội dung của Chương 6.

Thuế tác động như thế nào đến các bên tham gia thị trường

Chúng ta hãy sử dụng các công cụ trong kinh tế học phúc lợi để đo lường phần lợi ích và tổn thất của việc đánh thuế lên hàng hóa. Để làm điều này, chúng ta phải xem xét tác động của thuế lên người mua, người bán và chính phủ như thế nào. Lợi ích người mua nhận được trên một thị trường được đo lường bằng thặng dư tiêu dùng – là khoản tiền mà người mua phải trả trừ đi khoản tiền họ thật sự trả



Hình 2

Doanh thu thuế

Doanh thu thuế mà chính phủ thu được bằng T x Q, là độ lớn của thuế T nhân với mức sản lượng bán ra Q. Do đó, doanh thu thuế bằng diện tích hình chữ nhật giữa đường cung và đường cầu.

để mua hàng hóa đó. Lợi ích mà người bán nhận được trên một thị trường được đo bằng thặng dư sản xuất – là khoản tiền người bán nhận được trừ đi chi phí sản xuất họ phải chịu. Đây chính là các thước đo trong kinh tế học phúc lợi mà chúng ta đã sử dụng ở Chương 7.

Còn về nhóm quan tâm thứ ba ở đây là chính phủ thì sao? Nếu T là mức thuế, và Q là số lượng hàng hóa được bán ra thì chính phủ sẽ thu được tổng doanh thu thuế là T x Q. Chính phủ có thể sử dụng nguồn thu thuế này để cung cấp dịch vụ như đường sá, cảnh sát và giáo dục, hoặc hỗ trợ những đối tượng cần giúp đỡ. Do đó, để phân tích thuế tác động đến phúc lợi kinh tế như thế nào, chúng ta sử dụng doanh thu thuế của chính phủ để đo lường lợi ích chung từ thuế. Tuy nhiên, hãy nhớ là phần lợi ích này thật sự không chỉ dành cho chính phủ mà còn cho những người được hưởng các lợi ích được chi trả bởi doanh thu thuế.

Hình 2 mô tả doanh thu thuế của chính phủ được thể hiện bởi hình chữ nhật giữa đường cung và đường cầu. Chiều cao của hình chữ nhật là mức thuế T, chiều rộng là mức sản lượng hàng hóa được bán ra Q. Vì diện tích hình chữ nhật bằng chiều cao nhân với chiều rộng nên diện tích hình chữ nhật là T x Q, chính bằng doanh thu thuế.

Phúc lợi khi không có thuế. Để thấy được tác động của thuế lên phúc lợi, chúng ta bắt đầu bằng việc xem xét phúc lợi trước khi chính phủ áp dụng thuế. Hình 3 thể hiện đồ thị cung cầu và ký hiệu các phần diện tích chính từ chữ A đến F.

Khi không có thuế, mức giá và sản lượng cân bằng được xác định tại giao điểm của đường cung và đường cầu. Mức giá là P_1 và sản lượng bán ra là Q_1. Vì đường cầu thể hiện mức sẵn lòng trả của người mua, thặng dư tiêu dùng chính là phần diện tích giữa đường cầu và giá, A + B + C. Tương tự, vì đường cung thể hiện chi phí sản xuất của người bán nên thặng dư sản xuất chính là diện tích giữa đường cung và giá, D + E + F. Trong trường hợp này, vì không có thuế nên doanh thu thuế bằng 0.

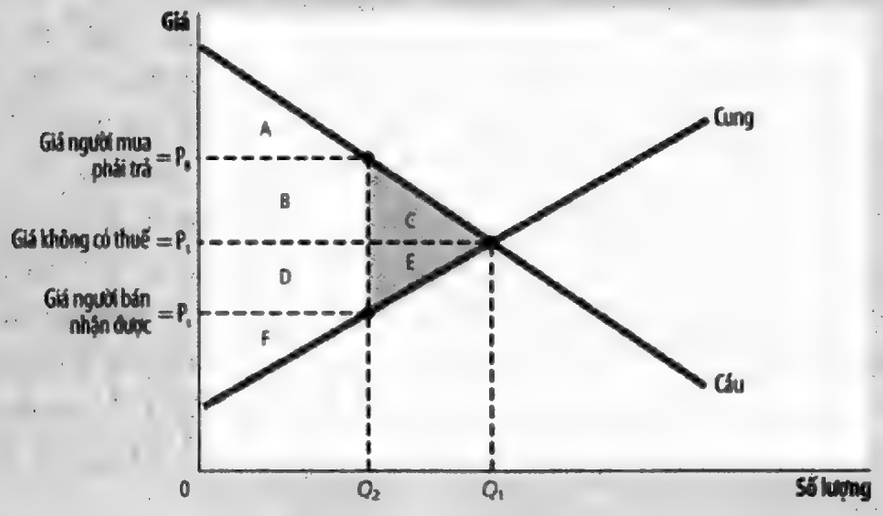
Hình 3

Tác động của thuế lên phúc lợi

Thuế đánh lên một hàng hóa làm giảm đi phần thặng dư tiêu dùng (là diện tích B + C) và thặng dư sản xuất (là diện tích D + E). Vì phần sụt giảm trong thặng dư tiêu dùng và thặng dư sản xuất vượt qua phần doanh thu thuế (diện tích B + D) nên thuế được cho là gây ra phần tổn thất không bù đắp được (diện tích C + E)

	Không có thuế	Có thuế	Thay đổi
Thặng dư tiêu dùng	A + B + C	A	−(B + C)
Thặng dư sản xuất	D + E + F	F	−(D + E)
Doanh thu thuế	Không	B + D	+(B + D)
Tổng thặng dư	A + B + C + D + E + F	A + B + D + F	−(C + E)

Diện tích C + E thể hiện phần giảm trong tổng thặng dư và cũng là tổn thất vô ích do thuế



Tổng thặng dư, hay tổng của thặng dư tiêu dùng và thặng dư sản xuất, bằng phần diện tích A + B + C + D + E + F. Nói cách khác, như chúng ta đã thấy ở Chương 7, tổng thặng dư chính bằng phần diện tích giữa đường cung và đường cầu đến mức sản lượng cân bằng. Cột đầu tiên của bảng ở Hình 3 tóm tắt các kết luận trên đây.

Phúc lợi khi có thuế. Bây giờ chúng ta hãy xem xét phúc lợi khi có thuế. Mức giá người mua phải trả lúc này tăng từ P_1 lên P_B, do đó thặng dư tiêu dùng lúc này chỉ bằng phần diện tích A (là phần diện tích dưới đường cầu và trên mức giá mà người mua phải trả). Mức giá mà người bán nhận được giảm từ P_1 xuống P_S, do đó thặng dư sản xuất lúc này chỉ bằng phần diện tích F (là phần diện tích trên đường cung và dưới mức giá người bán nhận được). Mức sản lượng bán ra giảm từ Q_1 xuống Q_2, và chính phủ thu được khoản doanh thu thuế bằng phần diện tích B + D.

Để tính tổng thặng dư, chúng ta cộng thặng dư tiêu dùng, thặng dư sản xuất và doanh thu thuế. Từ đó, chúng ta tìm được tổng thặng dư là diện tích A + B + D + F. Cột thứ hai của bảng dưới đây tóm tắt các kết quả trên.

Thay đổi phúc lợi. Bây giờ chúng ta đã thấy được tác động của thuế bằng cách so sánh khoản phúc lợi trước và sau khi thuế được áp dụng. Cột thứ ba trong bảng ở Hình 3 thể hiện sự thay đổi này. Thuế làm cho thặng dư tiêu dùng mất đi phần diện tích B + C và thặng dư sản xuất mất đi phần diện tích D + E. Rõ ràng, thuế gây tổn thất cho người mua và người bán và mang lại lợi ích cho chính phủ.

Thay đổi trong tổng thặng dư bao gồm thay đổi trong thặng dư tiêu dùng (có giá trị âm), thay đổi trong thặng dư sản xuất (cũng có giá trị âm), và thay đổi doanh thu thuế (có giá trị dương). Khi cộng tổng ba phần này lại với nhau, chúng ta sẽ thấy rằng tổng thặng dư trên thị trường giảm bằng phần diện tích C + E. *Do đó, tổn thất mà người mua và người bán phải gánh chịu do thuế vượt qua phần doanh thu tăng lên của chính phủ.* Phần sụt giảm trong tổng thặng dư khi có thuế (hay một vài chính sách khác) bóp méo kết quả thị trường được gọi là **tổn thất vô ích**[1]. Phần diện tích C + E đo lường độ lớn của khoản tổn thất vô ích.

Để hiểu được tại sao thuế gây ra tổn thất vô ích, ta nhớ lại một trong *Mười Nguyên lý của Kinh tế học* ở Chương 1: Con người phản ứng với các động cơ khuyến khích. Ở Chương 7, chúng ta thấy thông thường thị trường tự do phân bổ nguồn lực một cách hiệu quả. Đó là khi điểm cân bằng cung cầu tối đa hóa tổng thặng dư của người mua và người bán trên một thị trường. Tuy nhiên, khi thuế làm tăng mức giá người mua phải trả và làm giảm mức giá người bán nhận được, điều này tạo cho người mua động cơ tiêu dùng ít đi và người bán sản xuất ít hơn so với lúc không có thuế. Vì người mua và người bán phản ứng trước những tác động này, quy mô thị trường thu hẹp lại dưới mức tối ưu (như được minh họa trên hình vẽ bằng sự dịch chuyển từ Q_1 đến Q_2). Do đó, vì thuế làm biến dạng các động cơ nên nó làm cho thị trường phân bổ nguồn lực một cách không hiệu quả.

Tổn thất vô ích và lợi ích từ thương mại

Để hiểu sâu hơn tại sao thuế gây nên những tổn thất vô ích, chúng ta hãy xem xét ví dụ sau. Giả sử Joe quét dọn nhà cho Jeal với giá mỗi tuần là 100 đô la. Chi phí cơ hội cho thời gian làm việc của Joe là 80 đô la, và giá trị một ngôi nhà sạch đẹp đối với Jean là 120 đô la. Do đó, Joe và Jean mỗi người sẽ nhận được 20 đô la lợi ích từ giao dịch trên. Tổng thặng dư 40 đô la đo lường lợi ích từ thương mại của giao dịch cụ thể này.

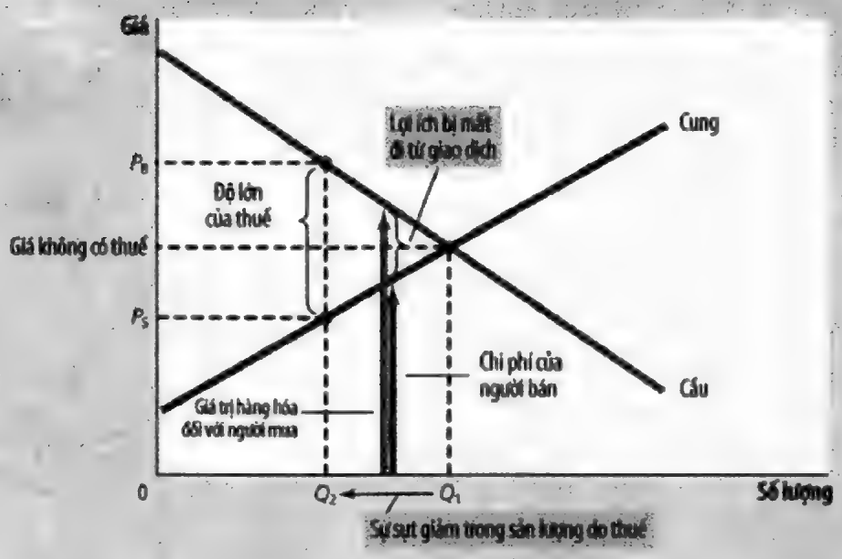
Bây giờ, giả sử chính phủ đánh thuế 50 đô la lên nhà cung cấp các dịch vụ vệ sinh. Lúc này, không có mức giá nào mà Jane có thể trả cho Joe để cả hai cùng đạt được lợi ích sau khi thanh toán thuế. Khoản tiền lớn nhất mà Jane sẵn lòng trả là 120 đô la, tuy nhiên Jane sẽ rời thị trường khi chỉ nhận được 70 đô la sau khi trả thuế vì mức này thấp hơn chi phí cơ hội của anh ta là 80 đô la. Ngược lại, để Joe nhận được khoản chi phí cơ hội là 80 đô la thì Jane cần phải trả 130 đô la, khoản tiền này cao hơn mức 120 đô la là mức giá cô chấp nhận để có một ngôi nhà sạch đẹp. Kết quả là Jane và Joe hủy bỏ thỏa thuận của họ. Joe sẽ không có thu nhập và Jane sống trong ngôi nhà bụi bẩn hơn.

Thuế gây tổn thất cho Joe và Jean là 40 đô la, vì mỗi người họ phải chịu mất 20 đô la trong tổng thặng dư. Tuy nhiên, lưu ý rằng chính phủ không thu được khoản tiền nào từ Joe và Jean vì họ quyết định hủy bỏ thỏa thuận. Khoản tiền 40 đô la đơn thuần là khoản tổn thất vô ích: Đó là khoản thiệt hại mà người mua và người

1. **Tổn thất vô ích**: phần giảm sút trong tổng thặng dư gây ra bởi những biến dạng thị trường, chẳng hạn như thuế.

Hình 4
Tổn thất vô ích

Khi chính phủ đánh thuế lên một hàng hóa, số lượng hàng hóa được bán ra giảm từ Q_1 xuống Q_2. Tại mọi mức sản lượng giữa Q_1 và Q_2, lợi ích tiềm ẩn từ giao dịch giữa người bán và người mua không được xác định. Những lợi ích bị mất đi này tạo nên phần tổn thất vô ích.



bán phải chịu trên một thị trường mà không được bù đắp bằng chính mức tăng trong doanh thu của chính phủ. Từ ví dụ trên, chúng ta có thể thấy được nguồn gốc cuối cùng của những tổn thất vô ích: *Thuế gây ra tổn thất vô ích vì chúng làm người bán và người mua không nhận thấy được những lợi ích từ thương mại.*

Diện tích tam giác giữa đường cung và đường cầu (diện tích C + E ở Hình 3) đo lường tổn thất này. Kết luận này có thể thấy được dễ dàng hơn ở Hình 4 bằng việc nhớ lại rằng đường cầu phản ánh giá trị của hàng hóa đối với người tiêu dùng và đường cung phản ánh chi phí của nhà sản xuất. Khi thuế làm tăng mức giá người mua phải trả lên P_B và mức giá mà người bán phải trả xuống P_S, những người mua và người bán cuối cùng sẽ rời khỏi thị trường, do đó sản lượng bán ra giảm từ Q_1 xuống Q_2. Tuy nhiên, như minh họa từ hình vẽ, giá trị hàng hóa đối với những người mua vẫn vượt qua chi phí sản xuất của những người bán. Ở mỗi mức sản lượng giữa Q_1 và Q_2, tình huống diễn ra tương tự như ở ví dụ của chúng ta về Joe và Jane. Lợi ích từ thương mại – chênh lệch giữa giá trị hàng hóa đối với người mua và chi phí sản xuất của người bán – thấp hơn khoản thuế. Kết quả là các giao dịch này không được thực hiện khi thuế được áp dụng. Tổn thất vô ích là phần tổn thất thặng dư vì thuế không khuyến khích các giao dịch đôi bên cùng có lợi.

KIỂM TRA NHANH: *Hãy vẽ đường cung và đường cầu của bánh quy. Nếu chính phủ đánh thuế lên bánh quy, bạn hãy chỉ ra điều gì xảy ra đối với mức giá mà người mua phải trả, mức giá mà người bán nhận được và số lượng hàng hóa được bán ra. Từ đồ thị của bạn, hãy chỉ ra tổn thất vô ích do thuế gây ra. Giải thích ý nghĩa của tổn thất vô ích.*

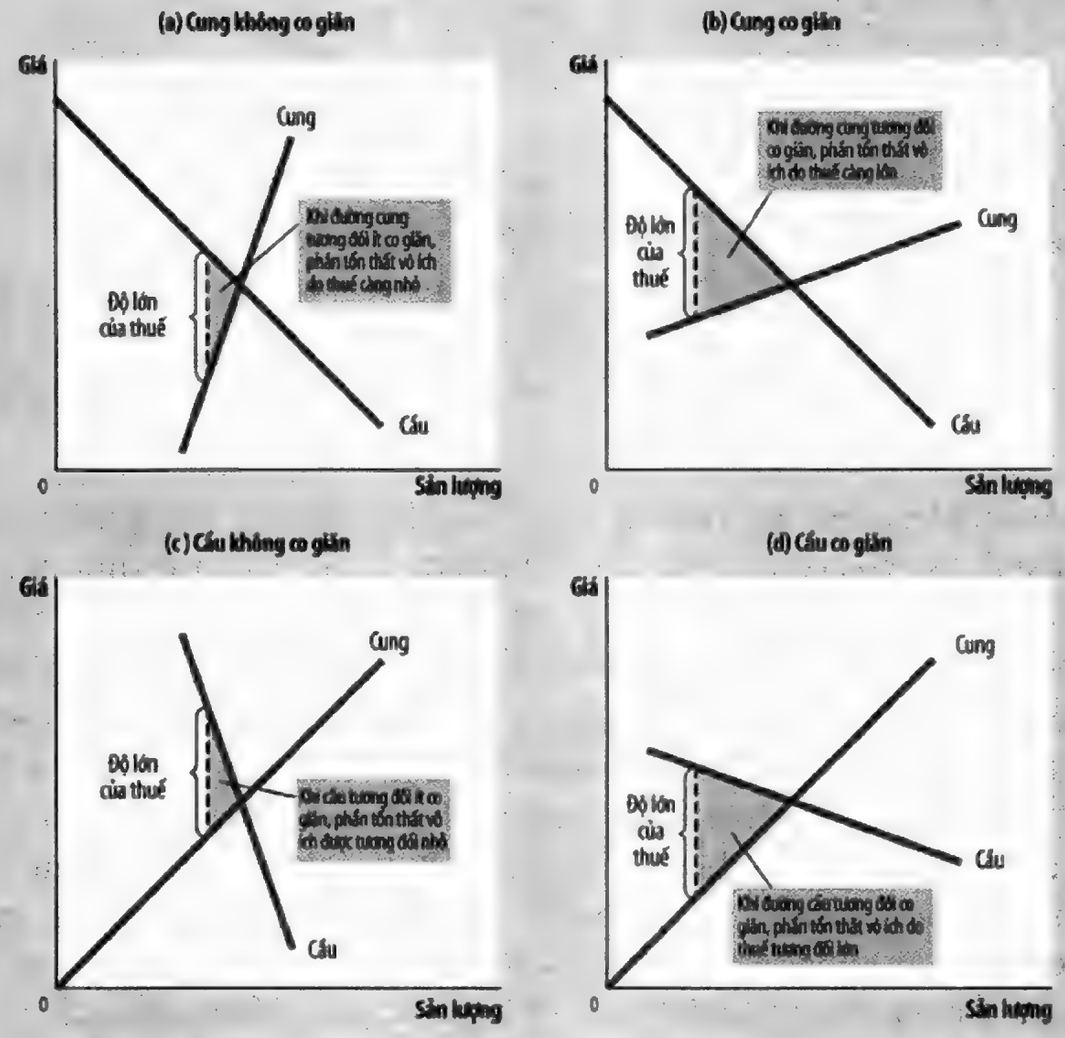
CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN TỔN THẤT VÔ ÍCH

Điều gì quyết định độ lớn hay nhỏ của phần tổn thất vô ích từ thuế? Câu trả lời chính là độ co giãn theo giá của đường cung và đường cầu, một chỉ số đo lường lượng cung và cầu sẽ thay đổi bao nhiêu khi có sự thay đổi về giá.

Hình 5

Độ co giãn và tác động của thuế

Ở đồ thị (a) và (b), đường cầu và độ lớn của thuế là giống nhau, nhưng độ co giãn theo giá của cung là khác nhau. Chú ý rằng cung càng co giãn thì phần tổn thất vô ích do thuế càng lớn. Ở đồ thị (c) và (d), đường cung và độ lớn của thuế là giống nhau, nhưng độ co giãn theo giá của đường cầu là khác nhau. Chú ý rằng cầu càng co giãn thì phần tổn thất không bù đắp được do thuế càng lớn.



Trước tiên, chúng ta hãy xem xét tác động của độ co giãn của đường cung lên độ lớn của khoản tổn thất vô ích. Đường cầu và độ lớn của thuế là giống nhau ở hai đồ thị phía trên của Hình 5. Khác nhau duy nhất giữa hai hình này là độ co giãn của đường cung. Ở Hình 5(a), đường cung tương đối ít co giãn: Lượng cung chỉ thay đổi nhẹ khi có sự thay đổi về giá. Ở Hình 5(b), đường cung tương đối co giãn: Lượng cung thay đổi đáng kể khi có sự thay đổi về giá. Chú ý rằng phần tổn thất vô ích ở đây là phần diện tích giữa đường cung và đường cầu sẽ lớn hơn khi đường cung co giãn nhiều hơn.

Tương tự, hai đồ thị bên dưới của Hình 5 chỉ ra tác động của độ co giãn của đường cầu lên phần tổn thất vô ích. Ở đây, đường cung và độ lớn của thuế được giữ cố định. Ở Hình 5(c), đường cầu tương đối ít co giãn, và phần tổn thất vô ích là nhỏ. Trong Hình 5(d), đường cầu co giãn nhiều hơn, và phần tổn thất vô ích cũng lớn hơn.

Bài học từ hình vẽ này rất rõ ràng. Thuế gây ra phần tổn thất vô ích vì thuế làm cho người mua và người bán thay đổi hành vi. Thuế làm tăng mức giá của người

mua phải trả do đó họ sẽ tiêu dùng ít đi. Trong khi đó, thuế hạ thấp mức giá người bán nhận được, do đó họ sẽ sản xuất ít hơn. Vì những thay đổi hành vi này mà quy mô thị trường thu hẹp lại dưới mức tối ưu. Độ co giãn của đường cung và đường cầu đo lường mức độ phản ứng của người mua và người bán trước những thay đổi về giá, từ đó quyết định được mức độ mà kết quả thị trường bị biến dạng do thuế. Vì vậy, *độ co giãn của cung và cầu càng lớn thì phần tổn thất vô ích do thuế gây ra cũng càng lớn.*

NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG

Tranh luận về tổn thất vô ích

Cung, cầu, độ co giãn, tổn thất vô ích – tất cả các lý thuyết kinh tế học này đủ để làm cho đầu óc các bạn quay cuồng rồi đấy. Dù bạn có tin điều này hay không thì những ý tưởng này đang là tâm điểm của câu hỏi chính trị sâu sắc: Quy mô của chính phủ nên ở mức nào? Tranh luận xoay quanh những khái niệm này vì khi tổn thất vô ích do thuế càng lớn, thì chi phí của bất kỳ chương trình nào của chính phủ cũng càng lớn. Nếu thuế gây ra tổn thất vô ích càng lớn thì những tổn thất này sẽ là lập luận ủng hộ cho một chính phủ thiên về ít can thiệp và đánh thuế ít hơn.

Vậy thì độ lớn của khoản tổn thất vô ích do thuế là bao nhiêu? Các nhà kinh tế học không đồng thuận trong câu trả lời cho vấn đề này. Để thấy được bản chất của sự không thống nhất, chúng ta hãy xét khoản thuế quan trọng nhất trong nền kinh tế Hoa Kỳ: thuế đánh lên lao động. Thuế Bảo hiểm Xã hội, thuế Dịch vụ Y tế, và với phạm vi rộng, thuế thu nhập liên bang là các khoản thuế đánh lên lao động. Nhiều bang cũng đánh thuế lên thu nhập của người lao động. Một khoản thuế lao động sẽ tạo ra khoảng cách giữa mức lương mà doanh nghiệp chi trả và mức lương mà người lao động nhận được. Đối với một lao động điển hình, nếu cộng lại tất cả các khoản thuế lao động, *mức thuế suất biên* trên thu nhập của lao động – mức thuế đánh lên đồng đô la thu nhập cuối cùng – là khoảng 40%.

Mặc dù độ lớn của thuế thu nhập có thể dễ dàng xác định, phần tổn thất vô ích do thuế gây ra lại phức tạp hơn. Các nhà kinh tế học không thống nhất liệu khoản thuế thu nhập 40% gây ra phần tổn thất vô ích là lớn hay nhỏ. Có sự bất đồng này là vì các nhà kinh tế học có quan điểm khác nhau về độ co giãn của đường cung lao động.

Những nhà kinh tế học cho rằng thuế lao động không bóp méo nhiều kết quả của thị trường là những người tin rằng cung lao động thật sự ít co giãn. Họ khẳng định rằng hầu hết mọi người sẽ làm việc toàn thời gian bất kể là ở mức lương nào. Nếu vậy thì đường cung lao động hầu như thẳng đứng, và mức tổn thất vô ích do thuế lao động gây ra là nhỏ.

Các nhà kinh tế học cho rằng thuế lao động sẽ gây nên tác động to lớn tin rằng cung lao động co giãn nhiều hơn. Dù chấp nhận sự tồn tại của một nhóm các lao động có cung lao động ít co giãn, các nhà kinh tế học này vẫn khẳng định rằng những người lao động khác sẽ phản ứng nhiều trước các tác động. Sau đây là một vài ví dụ:

- Nhiều lao động có thể điều chỉnh số giờ làm việc của mình – chẳng hạn bằng cách làm việc ngoài giờ. Tiền lương càng cao, số giờ họ quyết định làm việc càng tăng.
- Một vài gia đình có người thứ hai có thể kiếm tiền – thường là phụ nữ có gia đình và có con – sẽ có sự suy xét giữa việc làm công việc không được trả lương ở nhà hay làm công việc được trả lương trên thị trường. Khi quyết định công việc để làm, người thứ hai này sẽ so sánh lợi ích của việc ở nhà (bao gồm khoản tiết kiệm cho chi phí chăm sóc em bé) với khoản thu nhập họ có thể kiếm được.
- Nhiều người già có thể lựa chọn thời điểm về hưu, và quyết định này một phần tùy thuộc vào lương. Khi họ nghỉ hưu, lương sẽ quyết định động lực làm việc bán thời gian của họ.
- Một vài người nghĩ đến việc tham gia vào các hoạt động kinh tế phi pháp, chẳng hạn như buôn ma túy, hay làm việc ở các ngành nghề "có thu nhập ngoài luồng" để tránh thuế. Các nhà kinh tế học gọi đây là *nền kinh tế ngầm*. Để quyết định làm việc trong nền kinh tế ngầm hay làm một công việc hợp pháp, những tội phạm tiềm năng sẽ so sánh giữa những gì họ có thể kiếm được từ việc lách luật và khoản thu nhập họ có thể kiếm được một cách hợp pháp.

Trong mỗi trường hợp trên đây, lượng cung lao động phản ứng với mức lương (giá của lao động). Bởi vậy, quyết định của những lao động này bị biến dạng khi thu nhập của họ bị đánh thuế. Thuế lao động làm cho người lao động làm việc ít giờ hơn, những người thứ hai có khả năng kiếm tiền quyết định ở nhà, người già nghỉ hưu sớm, và những kẻ bất chấp tham gia vào nền kinh tế ngầm.

Trên đây là hai quan điểm về thuế lao động tồn tại đến ngày nay. Thật sự là bất cứ khi nào bạn thấy hai ứng viên chính trị tranh luận việc chính phủ có nên cung cấp nhiều dịch vụ hơn hay giảm khoản nghĩa vụ thuế, hãy nhớ rằng một phần lý do của sự bất đồng có thể bắt nguồn từ quan điểm khác nhau về độ co giãn của cung lao động và tổn thất vô ích do thuế. ■

KIỂM TRA NHANH: *Cầu đối với bia co giãn hơn cầu đối với sữa. Thuế đánh lên bia hay lên sữa sẽ gây ra tổn thất vô ích lớn hơn? Tại sao?*

TỔN THẤT VÔ ÍCH VÀ DOANH THU THUẾ KHI MỨC THUẾ THAY ĐỔI

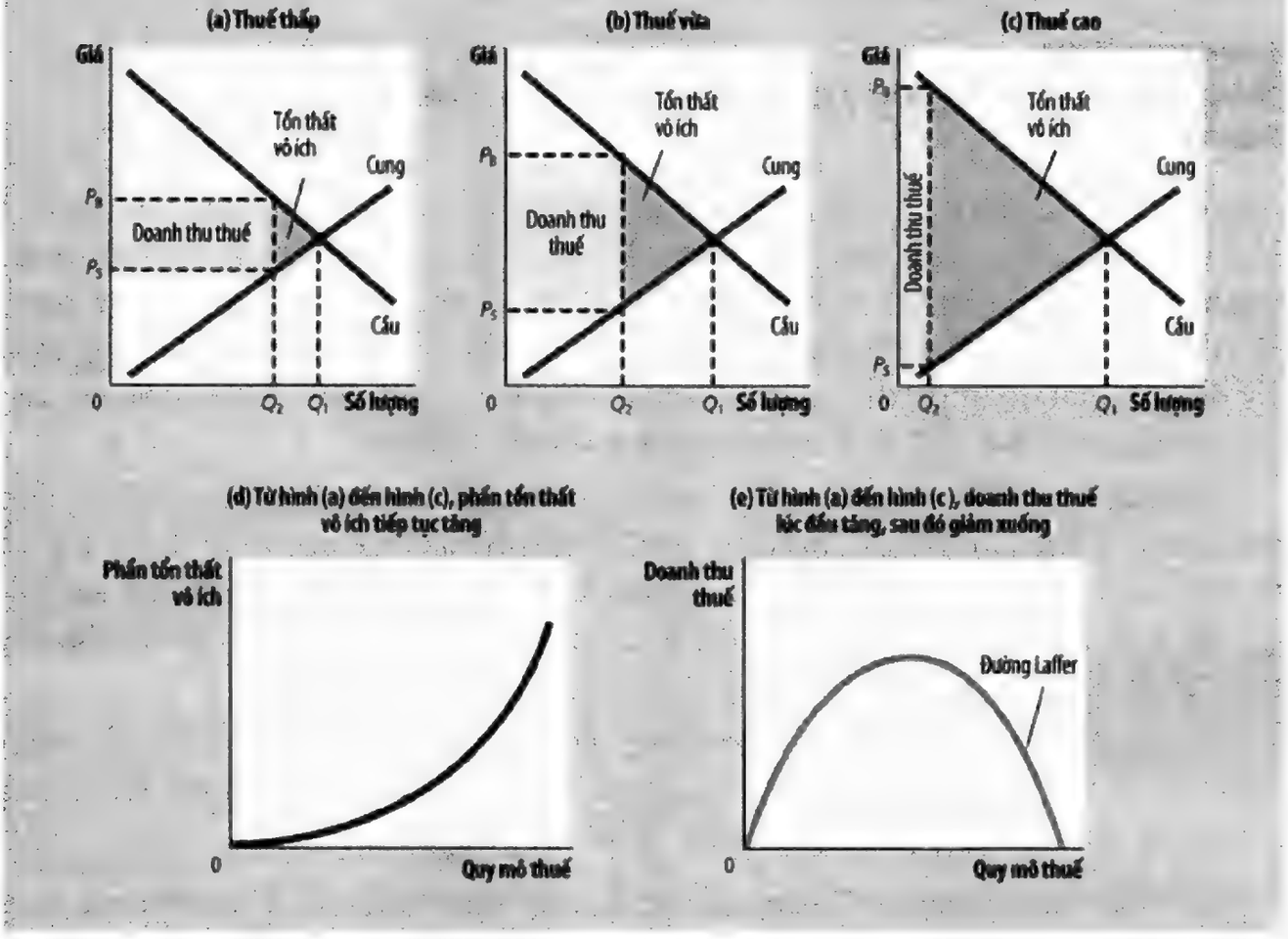
Thuế hiếm khi giữ nguyên trong dài hạn. Các nhà hoạch định chính sách ở địa phương, tiểu bang và chính phủ liên bang luôn xem xét việc tăng loại thuế này hay giảm loại thuế khác. Ở đây chúng ta xem xét tổn thất vô ích và doanh thu thuế sẽ như thế nào khi độ lớn của thuế thay đổi.

Hình 6 thể hiện tác động của thuế ở các mức độ thấp, vừa và cao với đường cung và cầu thị trường không thay đổi. Tổn thất vô ích – là phần giảm đi trong tổng thặng dư xảy ra khi thuế làm giảm quy mô thị trường xuống dưới mức tối ưu – chính bằng phần diện tích tam giác giữa đường cung và đường cầu. Với mức

Hình 6

Tổn thất vô ích và doanh thu thuế thay đổi như thế nào với các mức thuế

Phần tổn thất không bù đắp được là phần sụt giảm trong tổng thặng dư do thuế gây ra. Doanh thu thuế bằng mức thuế nhân với sản lượng hàng hóa bán ra. Ở đồ thị (a), mức thuế thấp gây ra tổn thất vô ích nhỏ và làm cho doanh thu thuế tăng ít. Ở đồ thị (b), một mức thuế nào đó lớn hơn gây ra mức tổn thất vô ích lớn hơn và làm tăng doanh thu thuế nhiều hơn. Ở đồ thị (c), một mức thuế rất lớn gây ra phần tổn thất vô ích rất lớn, tuy nhiên vì nó làm giảm mạnh quy mô thị trường nên thuế chỉ làm tăng một phần nhỏ doanh thu. Đồ thị (d) và (e) tóm tắt các kết luận trên. Đồ thị (e) thể hiện doanh thu thuế lúc đầu tăng lên và sau đó giảm xuống. Mối quan hệ này thường được gọi là đường cong Laffer.



thuế thấp như ở Hình 6(a), diện tích tam giác của phần tổn thất vô ích là rất nhỏ. Tuy nhiên, khi độ lớn của thuế tăng lên như ở Hình 6(b) và 6(c), phần tổn thất vô ích ngày càng lớn hơn.

Thật ra thì phần tổn thất vô ích do thuế thậm chí còn tăng nhanh hơn cả sự gia tăng về độ lớn của thuế. Điều này xảy ra là bởi vì phần tổn thất vô ích bằng diện tích của một tam giác, và diện tích của một tam giác thì tùy thuộc vào chiều cao và cạnh đáy của nó. Chẳng hạn, nếu chúng ta tăng thuế lên gấp đôi thì cạnh đáy và chiều cao của hình tam giác này cũng tăng gấp đôi, do đó phần tổn thất vô ích tăng lên 4 lần. Nếu chúng ta tăng độ lớn của thuế lên gấp ba, cạnh đáy và chiều cao cũng tăng gấp ba, vì vậy phần tổn thất vô ích tăng lên 9 lần.

Doanh thu thuế của chính phủ bằng độ lớn của thuế nhân với số lượng hàng hóa được bán ra. Như ba đồ thị đầu tiên ở Hình 6 thể hiện thì doanh thu thuế bằng phần diện tích tam giác giữa đường cung và đường cầu. Với mức thuế thấp ở đồ thị 6(a), doanh thu thuế cũng thấp. Khi mức thuế tăng từ đồ thị 6(a) sang đồ thị 6(b), doanh thu thuế tăng lên. Tuy nhiên, khi mức thuế tăng lên thêm nữa từ

đồ thị 6(b) sang đồ thị 6(c), doanh thu thuế giảm xuống vì mức thuế cao hơn này làm giảm đáng kể quy mô của thị trường. Với một mức thuế quá cao, doanh thu thuế sẽ không tăng được vì người ta sẽ cùng nhau ngừng mua và bán hàng hóa.

Hai đồ thị cuối cùng của Hình 6 tóm tắt các kết quả trên. Ở đồ thị (d), chúng ta thấy rằng khi mức thuế tăng lên, phần tổn thất vô ích cũng tăng lên nhanh chóng. Ngược lại, đồ thị 6(e) cho thấy doanh thu thuế lúc đầu tăng lên cùng với độ lớn của thuế nhưng khi mức thuế càng gia tăng thì thị trường giảm nhiều đến mức làm doanh thu thuế bắt đầu giảm xuống.

NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG

Đường cong Laffer và kinh tế học trọng cung

Vào một ngày của năm 1974, nhà kinh tế học Arthur Laffer ngồi cùng với các nhà báo và nhà chính trị nổi tiếng tại một nhà hàng ở Washington. Ông lấy một chiếc khăn ăn và vẽ lên đó một đồ thị chỉ ra tác động của thuế suất lên doanh thu thuế. Đồ thị này trông giống như Hình 6(e) của chúng ta. Sau đó, Laffer cho rằng Hoa Kỳ đang ở giai đoạn đi xuống của đường cong này. Theo ông, thuế suất quá cao nên việc giảm thuế suất thật sự sẽ làm tăng doanh thu thuế.

Hầu hết các nhà kinh tế học đều hoài nghi đề xuất của Laffer. Ý tưởng cắt giảm thuế suất có thể làm tăng doanh thu thuế là chính xác trên góc độ lý thuyết kinh tế học, tuy nhiên trong thực tế điều này có xảy ra hay không vẫn còn khá mơ hồ. Có rất ít bằng chứng ủng hộ quan điểm của Laffer cho rằng thuế suất của Hoa Kỳ thực tế đang ở mức cao đến như vậy.

Dù sao đi nữa, *đường cong Laffer* (tên gọi sau khi nó trở nên phổ biến) đã nhận được sự đồng tình từ Ronald Reagan. David Stockman, Giám đốc Ngân khố trong nhiệm kỳ đầu của Tổng thống Reagan đã kể câu chuyện sau:

> Bản thân Reagan cũng đã từng nói về đường cong Laffer. Ông ta luôn nói rằng "Tôi đã kiếm rất nhiều tiền từ việc đóng phim trong suốt Chiến tranh Thế giới thứ II". Vào thời điểm chiến tranh, thuế suất thu nhập lũy tiến lên đến 90 phần trăm. "Bạn có thể đóng bốn bộ phim và rồi bạn sẽ thuộc vào nhóm đóng thuế cao nhất. Do đó, chúng ta sẽ ngừng làm việc sau khi đóng xong bốn bộ phim và về quê." Mức thuế suất cao làm giảm việc làm. Mức thuế thấp tạo nhiều việc làm hơn. Kinh nghiệm của ông chứng minh cho điều đó.

Khi Reagan vận động tranh cử tổng thống vào năm 1980, ông đã chọn cắt giảm thuế làm một phần chủ đề cho bài diễn thuyết tranh cử của mình. Reagan cho rằng mức thuế suất quá cao có thể không khuyến khích người ta làm việc chăm chỉ. Ông lập luận rằng mức thuế thấp hơn sẽ giúp người ta có động lực rõ ràng để làm việc, điều này sẽ tăng phúc lợi của nền kinh tế và thậm chí có thể làm tăng doanh thu thuế. Bởi vì cắt giảm thuế có khuynh hướng khuyến khích người ta gia tăng số lao động cung ứng nên quan điểm của Laffer và Reagan càng được biết đến như là *kinh tế học trọng cung*.

Các nhà kinh tế học tiếp tục tranh luận về lập luận của Laffer. Nhiều người tin rằng sự kiện tiếp sau đó đã bác bỏ phỏng đoán của Laffer cho rằng thuế

suất giảm làm tăng doanh thu thuế. Nhưng vì lịch sử mở rộng cửa cho các cách lý giải khác nhau nên các nhà kinh tế học khác lại cho rằng các sự kiện diễn ra vào những năm 1980 là ủng hộ hơn cho những lập luận trọng cung. Để đánh giá được giả định của Laffer một cách hoàn toàn, chúng ta cần quay lại lịch sử với trường hợp Reagan không cắt giảm thuế và xem thử doanh thu thuế lúc này là tăng lên hay giảm xuống. Không may là phép thử nghiệm như vậy không thể thực hiện được.

Một vài nhà kinh tế có quan điểm trung dung về vấn đề này. Họ tin rằng khi một mức cắt giảm chung về thuế suất thông thường làm giảm doanh thu thuế thì một vài người chịu thuế một lúc nào đó lại thấy bản thân mình đang ở mặt trái của đường cong Laffer. Giả sử với mọi yếu tố khác không đổi, việc cắt giảm thuế có thể làm tăng doanh thu thuế nếu việc cắt giảm này áp dụng cho những người đang chịu mức thuế suất cao nhất. Ngoài ra, lập luận của Laffer có thể thuyết phục hơn khi xét đến những quốc gia có mức thuế suất cao hơn Hoa Kỳ. Chẳng hạn, ở Thụy Điển vào đầu những năm 1980, người lao động thông thường phải chịu một mức thuế suất biên khoảng 80 phần trăm. Mức thuế suất cao như vậy gây ra sự nản lòng đáng kể với công việc. Các nghiên cứu đề xuất rằng Thụy Điển thật sự đã có thể tăng thêm nhiều doanh thu thuế nếu nước này hạ thấp các mức thuế suất.

Các nhà kinh tế học không đồng tình về vấn đề này một phần cũng là vì không có sự thống nhất về độ lớn thích hợp của độ co giãn. Ở bất kỳ thị trường nào có độ co giãn cung cầu cao thì thuế càng bóp mép hành vi trên thị trường, và việc cắt giảm thuế càng có thể làm tăng doanh thu thuế. Tuy nhiên, không có tranh luận nào về kết luận chung sau đây: Khoản doanh thu mà chính phủ đạt được hay mất đi do những thay đổi về thuế không thể được tính toán chỉ dựa vào mức thuế suất. Điều này còn phụ thuộc vào tác động của thuế lên hành vi của con người như thế nào. ■

KIỂM TRA NHANH: *Giả sử chính phủ tăng gấp đôi thuế suất đánh lên xăng dầu, bạn có chắc chắn rằng doanh thu thuế từ xăng dầu sẽ tăng lên? Bạn có chắc rằng khoản tổn thất vô ích từ thuế xăng dầu sẽ tăng? Giải thích.*

KẾT LUẬN

Ở chương này, chúng ta đã sử dụng các công cụ được phát triển từ chương trước để hiểu sâu hơn về thuế. Một trong *Mười Nguyên lý của Kinh tế học* được thảo luận ở Chương 1 là thị trường thường là một phương thức tốt để tổ chức các hoạt động kinh tế. Ở Chương 7, chúng ta đã sử dụng các khái niệm về thặng dư sản xuất và tiêu dùng để khẳng định thêm tính chính xác của nguyên lý này. Từ luận điểm này, chúng ta đã thấy rằng khi chính phủ áp dụng thuế lên người mua và người bán một loại hàng hóa thì xã hội sẽ bị mất đi một số lợi ích của thị trường hiệu quả. Thuế không chỉ gây thiệt hại cho các bên tham gia thị trường vì thuế chuyển nguồn lực từ các thành phần này đến chính phủ, mà còn bởi vì thuế làm thay đổi động cơ và làm biến dạng kết quả thị trường.

Phân tích được trình bày ở đây và ở Chương 6 cung cấp cho bạn một cơ sở vững chắc để hiểu được tác động kinh tế của thuế, tuy nhiên câu chuyện vẫn chưa dừng lại ở đây. Các nhà kinh tế học vi mô nghiên cứu phương pháp tối ưu để xây dựng một hệ thống thuế, bao gồm việc làm thế nào tạo ra sự cân bằng hợp lý giữa tính bình đẳng và hiệu quả. Các nhà kinh tế học vi mô nghiên cứu tác động của thuế lên tổng thể nền kinh tế và nghiên cứu cách thức các nhà hoạch định chính sách có thể sử dụng hệ thống thuế để ổn định hoạt động kinh tế và đạt được tốc độ tăng trưởng nhanh hơn. Vì vậy khi bạn tiếp tục nghiên cứu của mình về kinh tế học, bạn cũng đừng ngạc nhiên khi chủ đề thuế lại tiếp tục được thảo luận.

TÓM TẮT

- Thuế đánh lên hàng hóa làm giảm phúc lợi của người mua và người bán hàng hóa đó, và sự sụt giảm trong thặng dư sản xuất và thặng dư tiêu dùng thường vượt qua phần doanh thu thuế tăng lên của chính phủ. Phần giảm đi trong tổng thặng dư – tổng các khoản thặng dư tiêu dùng, thặng dư sản xuất và doanh thu thuế – được gọi là phần tổn thất vô ích do thuế gây ra.
- Thuế tạo ra khoản tổn thất vô ích bởi vì thuế làm cho người mua tiêu dùng ít đi và người bán sản xuất ít hơn, và những thay đổi hành vi này làm quy mô thị trường thu hẹp lại dưới mức tối đa hóa của tổng thặng dư. Vì độ co giãn cung cầu đo lường mức độ phản ứng của các thành phần tham gia thị trường trước các điều kiện thị trường nên độ co giãn càng lớn tạo ra khoản tổn thất vô ích càng lớn.
- Khi thuế càng cao, nó càng làm biến dạng động cơ nhiều hơn, và khoản tổn thất vô ích càng lớn hơn. Tuy nhiên, vì thuế làm giảm quy mô thị trường nên doanh thu thuế không tiếp tục tăng lên. Ban đầu doanh thu này tăng lên khi mức thuế gia tăng nhưng nếu thuế đạt đến một mức đủ lớn thì doanh thu thuế bắt đầu giảm.

KHÁI NIỆM THEN CHỐT

Tổn thất vô ích deadweight loss

CÂU HỎI ÔN TẬP

1. Điều gì xảy ra với thặng dư sản xuất và thặng dư tiêu dùng khi việc kinh doanh một hàng hóa bị đánh thuế? So sánh sự thay đổi trong thặng dư sản xuất và thặng dư tiêu dùng so với thay đổi trong doanh thu thuế? Giải thích.
2. Bạn hãy vẽ đồ thị cung cầu có xét đến thuế đối với việc mua bán một loại hàng hóa. Hãy chỉ ra khoản tổn thất vô ích. Hãy thể hiện khoản doanh thu thuế.

3. Giả sử cung cầu hàng hóa trên một thị trường tương đối ít co giãn. Thuế đánh lên hàng hóa trên thị trường này tạo ra khoản tổn thất vô ích là lớn hay nhỏ? Tại sao?
4. Tại sao các chuyên gia chưa thống nhất việc thuế lao động tạo ra khoản tổn thất vô ích là lớn hay nhỏ?
5. Điều gì xảy ra cho khoản tổn thất vô ích và doanh thu thuế khi thuế gia tăng?

BÀI TẬP VÀ ỨNG DỤNG

1. Thị trường pizza có đặc tính là đường cầu dốc xuống và đường cung dốc lên.
   a. Bạn hãy mô tả điểm cân bằng của thị trường cạnh tranh này. Hãy chỉ ra mức giá, sản lượng, thặng dư tiêu dùng và thặng dư sản xuất. Có tồn tại khoản tổn thất vô ích không? Giải thích.
   b. Giả sử chính phủ buộc những người làm pizza phải trả mức thuế 1 đô la cho mỗi chiếc bánh bán được. Hãy mô tả tác động của thuế trên thị trường pizza và chỉ rõ thặng dư tiêu dùng, thặng dư sản xuất, nguồn thu của chính phủ, và khoản tổn thất vô ích. Hãy so sánh mỗi phần diện tích này so với trước khi có thuế?
   c. Nếu thuế được xóa bỏ thì người mua và người bán pizza sẽ có lợi nhưng chính phủ sẽ bị giảm nguồn thu thuế. Giả sử người tiêu dùng và nhà sản xuất tự nguyện chuyển một phần lợi của mình cho chính phủ. Như vậy tất cả các bên (bao gồm cả chính phủ) có được lợi hơn so với trường hợp có thuế không? Hãy giải thích lý do bằng cách sử dụng ký hiệu cho các diện tích trên đồ thị của bạn.
2. Bạn hãy nhận định về hai phát biểu sau. Bạn có đồng tình với phát biểu đó không? Tại sao?
   a. Một loại thuế không gây ra tổn thất vô ích sẽ không thể tăng doanh thu cho chính phủ.
   b. Một loại thuế không tạo ra nguồn thu nào cho chính phủ sẽ không gây ra bất kỳ khoản tổn thất vô ích nào.
3. Hãy xem xét thị trường dây thun.
   a. Nếu thị trường này có cung rất co giãn và cầu rất không co giãn thì khoản thuế phải chịu lên dây thun sẽ được phân chia như thế nào giữa người bán và người mua? Hãy sử dụng các công cụ thặng dư sản xuất và thặng dư tiêu dùng minh họa cho câu trả lời của bạn.
   b. Nếu thị trường có cung rất không co giãn và cầu rất co giãn thì khoản chịu thuế lên dây thun sẽ được phân chia như thế nào giữa người tiêu dùng và nhà sản xuất? Đối chiếu câu trả lời của bạn với câu trả lời ở Câu (a).
4. Giả sử cầu về thuốc lá tương đối không co giãn.

a. Thuế đánh lên thuốc lá có gây ra khoản tổn thất vô ích lớn không? Hãy giải thích lý do.
b. Ai sẽ là người chịu thuế, người hút thuốc hay người trồng cây thuốc lá?
c. Sau mười năm, chính phủ sẽ thu được doanh thu nhiều hay ít hơn từ thuế?
d. Có lý do nào khác cho quyết định đánh thuế lên thuốc lá của chính phủ ngoài lý do tạo nguồn thu thuế?

5. Sau buổi học kinh tế học một ngày, một người bạn đề xuất rằng đánh thuế lên thực phẩm là một phương cách tốt để tăng nguồn thu vì cầu về lương thực hoàn toàn không co giãn. Ở khía cạnh nào, việc đánh thuế lên lương thực là phương cách "tốt" để gia tăng nguồn thu? Ở khía cạnh nào, việc đánh thuế lên lương thực không phải là phương cách "tốt" để gia tăng nguồn thu?
6. Khi cựu thượng nghị sĩ Daniel Patrick Moynihan của bang New York đưa ra mức thuế 10.000 phần trăm đối với loại đạn đầu rỗng.
   a. Bạn có dự đoán mức thuế suất này sẽ làm tăng mạnh doanh thu thuế không? Tại sao có hoặc tại sao không?
   b. Thậm chí nếu mức thuế này không làm tăng doanh thu thì tại sao Thượng nghị sĩ Moynihan có thể vẫn đưa ra đề xuất trên?
7. Chính phủ áp dụng thuế mua vớ.
   a. Bạn hãy mô tả tác động của thuế lên giá và sản lượng cân bằng trên thị trường vớ. Bạn hãy xác định các phần diện tích sau đây tại thời điểm trước và sau khi áp dụng thuế: tổng chi tiêu của người tiêu dùng, tổng doanh thu của nhà sản xuất và doanh thu thuế của chính phủ.
   b. Mức giá nhà sản xuất nhận được tăng hay giảm? Bạn có thể khẳng định được tổng số tiền nhà sản xuất nhận được là tăng hay giảm không? Giải thích.
   c. Mức giá mà người mua phải trả tăng hay giảm? Bạn có thể khẳng định được tổng chi tiêu của người tiêu dùng là tăng hay giảm không? Hãy giải thích thật chi tiết lý do. (Gợi ý: Hãy nghĩ đến độ co giãn.) Nếu tổng chi tiêu của người tiêu dùng giảm thì thặng dư tiêu dùng có tăng không? Giải thích.
8. Giả sử hiện tại chính phủ tăng nguồn thu 100 triệu đô la từ khoản thuế 1 cent lên các widget (phần mềm ứng dụng cho các website và các thiết bị điện tử – chú thích của người dịch) và 100 triệu đô la nữa từ khoản thuế 10 đô la lên gadget (tương tự như widget, nhưng chỉ sử dụng được trên một số website hoặc loại thiết bị nhất định – chú thích của người dịch). Nếu chính phủ gấp đôi thuế suất lên widget và bỏ đánh thuế lên gadget thì doanh thu thuế của chính phủ so với hiện tại là tăng, giảm hay là không đổi? Giải thích.
9. Chương này phân tích những tác động của việc đánh thuế lên hàng hóa đến phúc lợi. Bây giờ ta hãy xem xét chính sách ngược lại. Giả sử chính phủ

trợ cấp cho một hàng hóa: Đối với mỗi đơn vị hàng hóa được bán ra, chính phủ sẽ trả 2 đô la cho người mua. Vậy khoản trợ cấp này tác động đến thặng dư tiêu dùng, thặng dư sản xuất, doanh thu thuế và tổng thặng dư như thế nào? Liệu trợ cấp có dẫn đến tổn thất vô ích không? Giải thích.

10. Giá phòng khách sạn ở Smalltown được yết giá 100 đô la, và thông thường một ngày sẽ có 1.000 phòng được thuê.
    a. Để tăng doanh thu thuế, thị trưởng quyết định đánh thuế 10 đô la đối với một phòng cho thuê. Sau khi loại thuế trên được áp dụng, giá thuê phòng được yết tăng lên là 108 đô la, và tổng số phòng được thuê giảm xuống còn 900 phòng. Bạn hãy tính khoản doanh thu tăng lên từ loại thuế này cho Smalltown và khoản tổn thất vô ích từ thuế. (Gợi ý: diện tích một tam giác bằng ½ x cạnh đáy x chiều cao).
    b. Bây giờ thị trưởng tăng mức thuế suất lên gấp đôi là 20 đô la. Mức giá tăng lên 116 đô la, và số phòng cho thuê giảm xuống là 800. Hãy tính doanh thu thuế và khoản tổn thất vô ích do mức thuế suất cao này. Các giá trị tăng gấp đôi, nhiều hơn hay chỉ bằng một nửa? Giải thích.
11. Giả sử một thị trường được xác định bởi phương trình cung cầu sau đây:

    $$Q^S = 2P$$

    $$Q^D = 300 - P$$

    a. Hãy xác định mức giá và mức sản lượng cân bằng.
    b. Giả sử người mua bị đánh mức thuế T nên phương trình đường cầu mới là:

    $$Q^D = 300 - (P + T)$$

    Hãy xác định điểm cân bằng mới. Điều gì xảy ra với mức giá người bán nhận được, mức giá người mua phải trả và mức sản lượng bán ra?
    c. Doanh thu thuế bằng T x Q. Hãy sử dụng câu trả lời ở Câu (b) để xác định doanh thu thuế dưới dạng phương trình theo T. Hãy vẽ đồ thị này ứng với giá trị T nằm trong khoảng 0 và 300.
    d. Tổn thất vô ích là phần diện tích tam giác giữa đường cung và đường cầu. Áp dụng cách tính diện tích hình tam giác bằng ½ x cạnh đáy x chiều cao để xác định phần tổn thất vô ích dưới dạng phương trình theo T. Hãy vẽ đồ thị mối quan hệ này ứng với giá trị T nằm trong khoảng giữa 0 và 300. (Gợi ý: Nhìn theo chiều ngang, cạnh đáy của tam giác tổn thất vô ích là T, và chiều cao là chênh lệch về sản lượng bán ra giữa lúc có thuế và lúc không có thuế).
    e. Bây giờ chính phủ áp mức thuế lên hàng hóa là 200 đôla một đơn vị. Đây có phải là chính sách tốt không? Tại sao có hoặc tại sao không? Bạn có thể đưa ra chính sách nào tốt hơn không?

Để biết thêm thông tin về chủ đề của chương này, hãy ghé thăm website của chúng tôi tại *www.cengage.com/international* để xem thêm bài tập, ứng dụng, ví dụ, các bài kiểm tra trực tuyến và các nội dung khác.

9

ỨNG DỤNG: THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ

Nếu bạn kiểm tra nhãn hiệu quần áo mình đang mặc, có thể bạn sẽ phát hiện ra một số quần áo của mình được sản xuất tại một quốc gia khác. Cách đây một thế kỷ, công nghiệp dệt may là một bộ phận chính yếu trong nền kinh tế Hoa Kỳ, nhưng ngày nay điều này không còn đúng nữa. Khi đối mặt với các đối thủ cạnh tranh từ nước ngoài có thể sản xuất hàng hóa tốt với chi phí thấp, nhiều doanh nghiệp Hoa Kỳ ngày càng gặp phải nhiều khó khăn hơn trong việc sản xuất và kinh doanh các sản phẩm dệt may. Cuối cùng, các doanh nghiệp này phải sa thải công nhân và đóng cửa các nhà máy. Ngày nay, hầu hết các sản phẩm may mặc mà người dân Hoa Kỳ sử dụng đều được nhập khẩu.

Câu chuyện về ngành công nghiệp dệt may làm gợi lên những câu hỏi quan trọng về chính sách kinh tế: Thương mại quốc tế tác động đến phúc lợi kinh tế như thế nào? Ai được lợi và ai bị thiệt từ thương mại tự do giữa các nước, và lợi ích có lớn hơn thiệt hại không?

Chương 3 đã giới thiệu chủ đề thương mại quốc tế thông qua việc áp dụng nguyên lý lợi thế so sánh. Theo nguyên lý này, tất cả các quốc gia đều có lợi từ việc giao thương với quốc gia khác vì thương mại cho phép mỗi quốc gia chuyên môn hóa vào việc sản xuất những gì mà quốc gia đó có thể làm tốt nhất. Tuy nhiên phân tích này ở Chương 3 chưa được toàn diện. Phân tích đó chưa giải thích được cơ chế thị trường quốc tế đạt được những lợi ích như vậy từ thương mại hay cách thức các lợi ích này được phân bổ giữa các chủ thể kinh tế khác nhau.

Bây giờ, chúng ta quay lại nghiên cứu chủ đề thương mại quốc tế và trả lời các câu hỏi trên. Qua các chương trước, chúng ta đã phát triển nhiều công cụ phân tích cơ chế hoạt động của thị trường: cung, cầu, sự cân bằng, thặng dư tiêu dùng, thặng dư sản xuất, và các lý thuyết khác. Bằng các công cụ này, chúng ta có thể nghiên cứu thêm về cách thức thương mại quốc tế tác động đến phúc lợi kinh tế.

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG THƯƠNG MẠI

Hãy xem xét thị trường dệt may. Thị trường dệt may rất thích hợp để nghiên cứu về các lợi ích và tổn thất từ thương mại quốc tế: Hàng dệt may được sản xuất từ

nhiều nước trên khắp thế giới, và có một khối lượng lớn giao dịch trên thế giới đối với các sản phẩm dệt may. Hơn thế nữa, thị trường dệt may là một thị trường thường được các nhà hoạch định chính sách xem xét (và đôi khi ứng dụng chính sách) những biện pháp hạn chế thương mại để bảo vệ các nhà sản xuất trong nước từ các đối thủ cạnh tranh nước ngoài. Ở đây, chúng ta sẽ xem xét thị trường dệt may tại một quốc gia giả định là Isoland.

Cân bằng thị trường trong trường hợp không tồn tại thương mại

Như phần đầu của câu chuyện thì thị trường dệt may của quốc gia Isoland này bị tách biệt với phần còn lại của thế giới. Theo quy định của chính phủ, không một ai ở Isoland được phép nhập hay xuất khẩu các sản phẩm dệt may, và mức phạt đối với việc vi phạm quy định này là quá lớn đến nỗi mà không ai dám vi phạm.

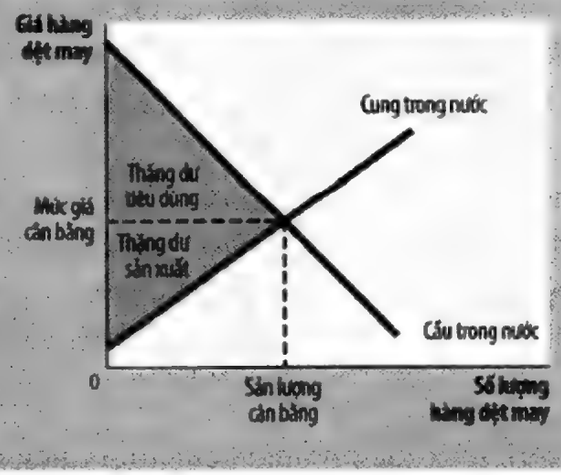
Vì không có thương mại quốc tế nên thị trường dệt may ở Isoland chỉ bao gồm những người mua và người bán ở Isoland. Theo Hình 1, mức giá trong nước điều chỉnh để cân bằng lượng cung của người bán trong nước và lượng cầu của người tiêu dùng trong nước. Hình vẽ cho thấy thặng dư sản xuất và thặng dư tiêu dùng tại điểm cân bằng trong trường hợp không có thương mại. Tổng thặng dư sản xuất và thặng dư tiêu dùng đo lường tổng lợi ích mà người mua và người bán nhận được khi tham gia vào thị trường dệt may.

Bây giờ, giả sử Isoland đang trong giai đoạn tranh cử bầu chọn tổng thống mới. Tổng thống đã vận động một chiến dịch "thay đổi" và cam kết với cử tri về các ý tưởng rất mới. Hành động đầu tiên của ứng viên tổng thống này là tập hợp một đội ngũ các nhà kinh tế học để đánh giá về chính sách thương mại của Isoland. Vị ứng viên tổng thống yêu cầu các nhà kinh tế học trả lời được ba câu hỏi như sau:

- Nếu chính phủ cho phép người dân Isoland nhập và xuất khẩu hàng dệt may thì điều gì sẽ xảy ra với mức giá và sản lượng hàng dệt may được bán ra trên thị trường dệt may nội địa?
- Ai sẽ được lợi từ thương mại tự do trong ngành dệt may và ai sẽ bị thiệt, và liệu phần lợi ích có lớn hơn phần thiệt hại hay không?
- Thuế quan (thuế đánh lên hàng dệt may nhập khẩu) có nên là một bộ phận của chính sách thương mại mới hay không?

Hình 1
Cân bằng thị trường khi chưa có thương mại quốc tế

Khi một nền kinh tế không thể giao thương với các thị trường trên thế giới, mức giá sẽ điều chỉnh đến mức cân bằng cung và cầu trên thị trường trong nước. Hình vẽ này thể hiện thặng dư tiêu dùng và thặng dư sản xuất tại mức cân bằng khi chưa có thương mại quốc tế trên thị trường dệt may tại một nước tưởng tượng là Isoland.



Sau khi xem lại các nội dung về cung và cầu trong giáo trình yêu thích của mình (dĩ nhiên là cuốn sách này), các nhà kinh tế học ở Isoland bắt đầu thực hiện các phân tích.

Giá thế giới và lợi thế so sánh

Vấn đề đầu tiên được các nhà kinh tế học xem xét là liệu Isoland có thể trở thành một quốc gia nhập khẩu hay xuất khẩu hàng dệt may. Hay nói cách khác, nếu thương mại tự do được cho phép thì người dân Isoland cuối cùng sẽ mua hay bán hàng dệt may trên thị trường thế giới?

Để trả lời câu hỏi trên, các nhà kinh tế so sánh mức giá hiện tại của hàng dệt may ở Isoland với mức giá ở các nước khác. Chúng ta gọi mức giá phổ biến trên thị trường thế giới là **giá thế giới**[1]. Nếu giá thế giới của hàng dệt may cao hơn mức giá trong nước thì Isoland sẽ xuất khẩu hàng dệt may một khi thương mại tự do được cho phép. Những nhà sản xuất hàng dệt may ở Isoland sẽ vui mừng khi nhận được mức giá cao hơn đang giao dịch ở ngoài nước và bắt đầu bán hàng may mặc của mình cho những người mua ở các nước khác. Ngược lại, nếu giá thế giới của hàng dệt may thấp hơn mức giá trong nước thì Isoland sẽ nhập khẩu hàng dệt may. Vì nhà cung ứng nước ngoài đưa ra mức giá tốt hơn nên người tiêu dùng Isoland sẽ nhanh chóng chuyển sang mua hàng dệt may từ các nước khác.

Thực ra, việc so sánh giá thế giới và giá trong nước trước khi có thương mại quốc tế là để chỉ ra rằng Isoland có lợi thế so sánh trong sản xuất hàng dệt may hay không. Mức giá trong nước phản ánh chi phí cơ hội của hàng dệt may: Mức giá này cho chúng ta biết một người Isoland phải từ bỏ bao nhiêu để có được một đơn vị hàng dệt may. Nếu mức giá trong nước thấp thì chi phí sản xuất hàng dệt may của Isoland cũng thấp, điều đó cho thấy Isoland có lợi thế so sánh trong sản xuất hàng dệt may một cách tương đối so với các nước còn lại trên thế giới. Nếu mức giá trong nước cao thì chi phí sản xuất hàng dệt may ở Isoland cũng cao, điều đó cho thấy nước ngoài có lợi thế so sánh trong sản xuất hàng dệt may.

Như chúng ta đã biết từ Chương 3, thương mại giữa các nước cuối cùng cũng dựa trên lợi thế so sánh. Điều đó có nghĩa là thương mại mang lại lợi ích vì nó cho phép các quốc gia chuyên môn hóa vào việc sản xuất những gì mình có lợi thế nhất. Bằng cách so sánh mức giá thế giới và mức giá trong nước trước khi có thương mại, chúng ta có thể xác định Isoland có lợi thế hay bất lợi hơn các nước còn lại trên thế giới trong sản xuất hàng dệt may.

KIỂM TRA NHANH: *Đất nước Autarka không cho phép các giao dịch quốc tế. Ở Autarka, bạn có thể mua một chiếc áo len với mức giá là 3 lượng vàng. Trong khi đó, ở các nước láng giềng, bạn có thể mua một chiếc áo giống vậy chỉ với 2 lượng vàng. Nếu như Autarka cho phép thương mại tự do thì quốc gia này sẽ nhập khẩu hay xuất khẩu áo len? Tại sao?*

---

1. **Giá thế giới**: mức giá phổ biến của một hàng hóa trên thị trường thế giới.

NHỮNG NGƯỜI HƯỞNG LỢI VÀ NHỮNG NGƯỜI BỊ TỔN THẤT TỪ THƯƠNG MẠI

Để phân tích tác động phúc lợi của thương mại tự do, các nhà kinh tế học ở Isoland bắt đầu với giả định Isoland là một nền kinh tế nhỏ so với phần còn lại của thế giới. Giả định này có nghĩa là mọi hoạt động của Isoland có tác động rất nhỏ đến thị trường thế giới. Cụ thể là bất cứ sự thay đổi nào trong chính sách thương mại của Isoland cũng sẽ không tác động đến giá của hàng dệt may trên thế giới. Những công dân Isoland được xem là *những người chấp nhận giá* trong nền kinh tế thế giới. Điều đó có nghĩa là họ chấp nhập mức giá hàng dệt may sẵn có của thế giới. Isoland có thể là nước xuất khẩu bằng cách bán hàng dệt may ở mức giá này hoặc là một nước nhập khẩu thông qua việc mua hàng dệt may ở mức giá này.

Giả định nền kinh tế nhỏ là không cần thiết khi phân tích lợi ích và tổn thất từ thương mại quốc tế. Tuy nhiên, các nhà kinh tế Isoland biết được từ kinh nghiệm (và từ việc đọc Chương 2 của cuốn sách này) rằng việc đơn giản hóa các giả định là một phần quan trọng khi xây dựng một một mô hình kinh tế có ích. Giả định Isoland là một nền kinh tế nhỏ giúp đơn giản hóa phân tích, và những bài học cơ bản được rút ra cũng không khác gì so với tình huống phức tạp hơn của một nền kinh tế lớn.

Lợi ích và tổn thất của một nước xuất khẩu

Hình 2 minh họa thị trường dệt may của Isoland khi mức giá cân bằng trong nước lúc chưa có thương mại thấp hơn mức giá thế giới. Một khi thương mại được cho phép, mức giá trong nước tăng lên bằng mức giá thế giới. Không có người bán hàng dệt may nào chấp nhận mức giá bán thấp hơn giá thế giới, và không có người mua nào chịu trả cao hơn mức giá thế giới.

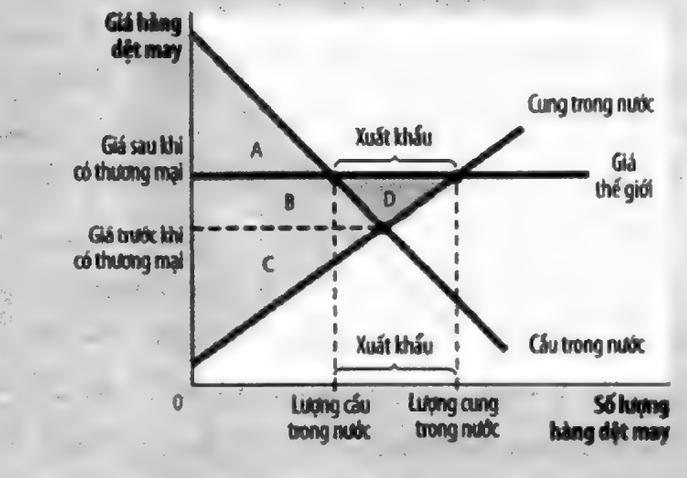
Hình 2

Thương mại quốc tế của một nước xuất khẩu

Khi thương mại tự do được cho phép, mức giá trong nước tăng lên bằng mức giá thế giới. Đường cung thể hiện sản lượng hàng dệt may được sản xuất trong nước, và đường cầu thể hiện sản lượng hàng tiêu dùng trong nước. Lượng hàng xuất khẩu từ Isoland bằng chênh lệch giữa sản lượng cung ứng trong nước và lượng cầu tiêu dùng trong nước tại mức giá thế giới. Người bán được lợi (thặng dư sản xuất tăng từ C lên B + C + D), và người mua bị bất lợi (thặng dư tiêu dùng giảm từ phần A + B xuống phần A). Tổng thặng dư tăng lên một khoản bằng phần diện tích D, điều này cho thấy thương mại giúp phúc lợi kinh tế của một quốc gia tăng lên xét trên tổng thể.

	Trước khi có thương mại	Sau khi có thương mại	Thay đổi
Thặng dư tiêu dùng	A + B	A	−B
Thặng dư sản xuất	C	B + C + D	+ (B + D)
Tổng thặng dư	A + B + C	A + B + C + D	+D

Phần diện tích D thể hiện sự gia tăng trong tổng thặng dư và đại diện cho những lợi ích có được nhờ thương mại.



Sau khi mức giá trong nước tăng lên bằng mức giá thế giới thì sản lượng hàng cung ứng trong nước cũng khác với sản lượng cầu hàng hóa. Đường cung thể hiện sản lượng hàng dệt may được cung ứng bởi những người bán ở Isoland. Đường cầu thể hiện sản lượng cầu hàng dệt may của những người mua ở Isoland. Bởi vì sản lượng cung trong nước lớn hơn sản lượng cầu trong nước nên Isoland sẽ bán hàng dệt may cho các nước khác. Do đó, Isoland trở thành nước xuất khẩu hàng dệt may.

Mặc dù lượng cung và lượng cầu trong nước khác nhau, thị trường hàng dệt may vẫn cân bằng vì lúc này có thêm một thành phần nữa tham gia vào thị trường: phần còn lại của thế giới. Chúng ta có thể thấy được đường nằm ngang tại mức giá thế giới dùng để thể hiện đường cầu hàng dệt may của phần còn lại của thế giới. Đường cầu này co giãn hoàn toàn bởi vì Isoland được xem là nước nhỏ và có thể bán bất kỳ mức sản lượng nào tại mức giá thế giới mà Isoland mong muốn.

Bây giờ, chúng ta hãy xem xét lợi ích và tổn thất từ việc mở cửa thương mại. Rõ ràng là không phải ai cũng có lợi. Thương mại gây áp lực để mức giá trong nước tăng lên theo mức giá thế giới. Nhà sản xuất trong nước có lợi vì giờ đây họ có thể bán hàng dệt may ở mức giá cao hơn, tuy nhiên người tiêu dùng trong nước bất lợi vì họ phải mua hàng dệt may ở mức giá cao hơn.

Để tính toán các lợi ích và tổn thất, chúng ta xem xét những thay đổi trong thặng dư tiêu dùng và thặng dư sản xuất. Trước khi thương mại tự do được cho phép, mức giá hàng dệt may điều chỉnh để cân bằng cung và cầu trong nước. Thặng dư tiêu dùng, là phần diện tích giữa đường cầu và giá trước khi có thương mại, chính bằng phần diện tích A + B. Thặng dư sản xuất, là phần diện tích giữa đường cung và giá trước khi có thương mại, chính bằng phần diện tích C. Tổng thặng dư trước khi có thương mại là tổng của thặng dư sản xuất và thặng dư tiêu dùng, bằng diện tích A + B + C.

Sau khi thương mại được cho phép, mức giá trong nước tăng lên bằng mức giá thế giới. Thặng dư tiêu dùng giảm xuống chỉ còn diện tích A (diện tích giữa đường cầu và mức giá thế giới). Thặng dư sản xuất tăng lên trở thành diện tích B + C + D (diện tích giữa đường cung và mức giá thế giới). Do đó, tổng thặng dư khi có thương mại bằng tổng diện tích A + B + C + D.

Những tính toán phúc lợi này cho biết ai được và ai mất từ thương mại ở một nước xuất khẩu. Người bán được lợi vì thặng dư sản xuất tăng lên bởi diện tích B + D. Người mua sẽ bất lợi vì thặng dư tiêu dùng giảm xuống bằng phần diện tích B. Bởi vì phần lợi ích của người bán lớn hơn phần tổn thất của người mua bằng phần diện tích D nên tổng thặng dư ở Isoland tăng lên.

Phân tích này cho một nước xuất khẩu đưa đến hai kết luận:

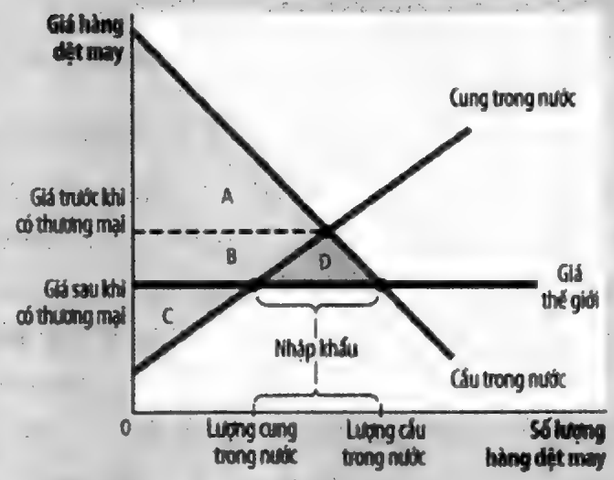
- Khi một quốc gia cho phép giao thương và trở thành một nước xuất khẩu hàng hóa, nhà sản xuất trong nước đối với hàng hóa đó sẽ có lợi, và người tiêu dùng trong nước đối với hàng hóa đó sẽ bất lợi.
- Thương mại làm tăng phúc lợi kinh tế của một quốc gia theo nghĩa là lợi ích của người hưởng lợi sẽ lớn hơn tổn thất của người bị thiệt hại.

Hình 3
Thương mại quốc tế ở nước nhập khẩu

Khi thương mại tự do được cho phép, giá hàng hóa trong nước giảm xuống bằng mức giá thế giới. Đường cung thể hiện sản lượng được sản xuất trong nước, và đường cầu thể hiện lượng hàng tiêu dùng trong nước. Lượng hàng nhập khẩu bằng khoản chênh lệch giữa lượng cầu và lượng hàng cung ứng trong nước ở mức giá thế giới. Những người mua được lợi (thặng dư tiêu dùng tăng từ phần A lên phần A + B + D), và người bán bị thiệt hại (thặng dư sản xuất giảm từ phần B + C xuống phần C). Tổng thặng dư tăng lên một khoản bằng phần diện tích D, điều này chỉ ra rằng thương mại giúp làm tăng phúc lợi kinh tế của một quốc gia xét trên tổng thể.

	Trước khi có thương mại	Sau khi có thương mại	Thay đổi
Thặng dư tiêu dùng	A	A + B + D	+ (B + D)
Thặng dư sản xuất	B + C	C	−B
Tổng thặng dư	A + B + C	A + B + C + D	+D

Phần diện tích D thể hiện sự gia tăng trong tổng thặng dư và đại diện cho những lợi ích có được từ thương mại.



Lợi ích và tổn thất của nước nhập khẩu

Bây giờ, giả sử giá trong nước trước khi mở cửa cao hơn mức giá thế giới. Một lần nữa khi thương mại được cho phép, mức giá trong nước phải bằng mức giá thế giới. Như minh họa ở Hình 3, lượng cung trong nước thấp hơn lượng cầu trong nước. Chênh lệch giữa lượng cầu và lượng cung trong nước được nhập khẩu từ các nước khác, và Isoland trở thành nhà nhập khẩu hàng dệt may.

Trong trường hợp này, đường thẳng nằm ngang tại mức giá thế giới thể hiện đường cung của phần còn lại của thế giới. Đường cung này co giãn hoàn toàn vì Isoland là nền kinh tế nhỏ, và vì vậy Isoland có thể mua hàng dệt may với bất kỳ mức sản lượng nào mà nó mong muốn ở mức giá thế giới.

Bây giờ, chúng ta hãy xem xét lợi ích và tổn thất từ thương mại. Một lần nữa ta thấy rằng không phải ai cũng có lợi. Khi thương mại buộc mức giá trong nước giảm xuống, người tiêu dùng trong nước sẽ có lợi (giờ đây họ có thể mua hàng dệt may với mức giá thấp hơn), và nhà sản xuất trong nước sẽ bất lợi (bây giờ họ phải bán hàng với mức giá thấp hơn). Những thay đổi trong thặng dư sản xuất và thặng dư tiêu dùng đo lường mức độ của lợi ích và tổn thất. Trước khi có thương mại, thặng dư tiêu dùng là diện tích A, thặng dư sản xuất là diện tích B + C, và tổng thặng dư là diện tích A + B + C. Sau khi thương mại được cho phép, thặng dư tiêu dùng bằng diện tích A + B + D, thặng dư sản xuất bằng diện tích C, và tổng thặng dư là diện tích A + B + C + D.

Những tính toán phúc lợi này cho biết người được và người mất từ thương mại ở một nước nhập khẩu. Người mua có lợi vì thặng dư tiêu dùng tăng lên phần diện tích B + D. Người bán bị thiệt vì thặng dư sản xuất giảm xuống phần diện tích B. Phần lợi ích của người mua lớn hơn phần tổn thất của người bán, và tổng thặng dư tăng lên bằng phần diện tích D.

Phân tích này cho một nước nhập khẩu đưa đến hai kết luận tương tự với kết luận cho một nước xuất khẩu:

- Khi một quốc gia cho phép giao thương và trở thành một nước nhập khẩu hàng hóa, người tiêu dùng trong nước đối với hàng hóa đó sẽ có lợi, và nhà sản xuất trong nước đối với hàng hóa đó bị bất lợi.
- Thương mại gia tăng phúc lợi kinh tế của một quốc gia theo nghĩa là lợi ích của người hưởng lợi sẽ lớn hơn tổn thất của người bị thiệt.

Sau khi hoàn thành phân tích về thương mại trên đây, chúng ta có thể nắm vững hơn về một trong *Mười Nguyên lý của Kinh tế học* ở Chương 1: Thương mại có thể làm cho mọi người tốt hơn. Nếu Isoland mở cửa thị trường dệt may, thay đổi này sẽ tạo ra người được hưởng lợi và người bị thiệt, bất kể là cuối cùng Isoland có thể sẽ trở thành một nước xuất khẩu hay nhập khẩu hàng dệt may. Tuy nhiên, trong trường hợp nào đi nữa thì lợi ích của người hưởng lợi cũng lớn hơn tổn thất của người bị thiệt, vì vậy người hưởng lợi có thể bù đắp cho người bị thiệt và vẫn có được lợi ích. Với quan điểm này thì thương mại *có thể* làm cho tất cả mọi người đều có lợi. Tuy nhiên, liệu thương mại sẽ mang lại lợi ích cho tất cả mọi người hay không? Có lẽ là không. Trên thực tế, việc bù đắp cho những người bị thiệt do thương mại quốc tế hiếm khi xảy ra. Khi không có khoản bù đắp như vậy, việc mở cửa nền kinh tế là một chính sách giúp gia tăng kích thước của chiếc bánh kinh tế, đồng thời cũng có thể làm cho một số thành phần tham gia nền kinh tế phải nhận một phần bánh nhỏ hơn.

Bây giờ, chúng ta có thể thấy được tại sao tranh luận về chính sách thương mại diễn ra liên tục. Bất cứ khi nào một chính sách tạo ra người hưởng lợi và người bị thiệt thì diễn đàn cho các tranh luận chính trị sẽ hình thành. Thỉnh thoảng các quốc gia không thể hưởng được lợi ích từ thương mại khi những người bị thiệt từ thương mại tự do có tính tổ chức cao hơn những người hưởng lợi. Những người bị thiệt kết nối lại với nhau vì các mục tiêu chính trị, vận động hành lang cho các công cụ hạn chế thương mại như thuế quan hay hạn ngạch nhập khẩu.

Tác động của thuế quan

Tiếp theo, các nhà kinh tế học Isoland xem xét tác động của **thuế quan**[1] – thuế đánh lên hàng hóa nhập khẩu. Các nhà kinh tế học nhanh chóng nhận ra rằng thuế quan đánh lên hàng dệt may sẽ không có tác dụng trong trường hợp Isoland trở thành nhà xuất khẩu hàng dệt may. Nếu không có người nào ở Isoland muốn nhập khẩu hàng dệt may thì thuế đánh lên hàng dệt may nhập khẩu sẽ không có tác dụng. Thuế nhập khẩu này chỉ có tác dụng trong trường hợp Isoland trở thành nhà nhập khẩu hàng dệt may. Khi nghiên cứu trường hợp này, các nhà kinh tế học chú tâm vào so sánh phúc lợi khi có và không có thuế quan.

1. **Thuế quan**: loại thuế đánh lên hàng hóa được sản xuất ở nước ngoài và tiêu thụ trong nước.

Hình 4 minh họa thị trường hàng dệt may ở Isoland. Trong trường hợp có thương mại tự do, mức giá trong nước bằng với mức giá thế giới. Thuế quan làm giá hàng dệt may nhập khẩu cao hơn giá thế giới đúng bằng mức thuế. Các nhà cung ứng hàng dệt may trong nước cạnh tranh với các nhà cung ứng hàng dệt may nhập khẩu lúc này có thể bán sản phẩm của mình với mức giá thế giới cộng với mức thuế. Bởi vậy, mức giá hàng dệt may – của cả nhà nhập khẩu và nhà sản xuất trong nước – tăng lên bằng khoản thuế quan, và do vậy tiến gần hơn đến mức giá giao dịch lúc chưa có thương mại.

Thay đổi về giá sẽ tác động đến hành vi của người mua và người bán trong nước. Bởi vì thuế quan làm tăng giá hàng dệt may nên nó làm giảm lượng cầu trong nước từ Q_1^D xuống Q_2^D và tăng lượng hàng cung ứng trong nước từ Q_1^S lên Q_2^S. *Do đó, thuế quan làm giảm lượng hàng nhập khẩu và làm thị trường trong nước dịch chuyển gần về mức cân bằng lúc chưa có thương mại.* Bây giờ, chúng ta hãy cùng xem xét lợi ích và tổn thất từ thuế quan. Bởi vì thuế quan làm tăng mức giá trong nước nên nhà sản xuất trong nước được lợi, và người tiêu dùng trong nước bị thiệt. Thêm vào đó, chính phủ gia tăng nguồn thu thuế. Để đo lường các lợi ích và tổn thất này, chúng ta hãy xem xét những thay đổi trong thặng dư tiêu dùng, thặng dư sản xuất, và nguồn thu của chính phủ. Những thay đổi này được tóm tắt ở Hình 4.

Trước khi có thuế quan, giá trong nước bằng với giá thế giới. Thặng dư tiêu dùng, là phần nằm giữa đường cầu và mức giá thế giới, chính bằng diện tích A + B + C + D + E + F. Thặng dư sản xuất, là phần diện tích nằm giữa đường cung và mức giá thế giới, chính bằng diện tích G. Nguồn thu của chính phủ bằng 0. Tổng thặng dư bằng tổng của thặng dư sản xuất, thặng dư tiêu dùng và nguồn thu của chính phủ, đó chính là phần diện tích A + B + C + D + E + F + G.

Ngay khi chính phủ áp thuế quan, mức giá trong nước vượt cao hơn mức giá thế giới đúng bằng khoản thuế. Lúc này thặng dư tiêu dùng bằng phần diện tích A + B. Thặng dư sản xuất bằng phần diện tích C + G. Nguồn thu chính phủ bằng sản lượng nhập khẩu sau khi áp dụng thuế nhân với mức thuế, chính là phần diện tích E. Do đó, tổng thặng dư khi có thuế quan là diện tích A + B + C + E + G.

Để xác định tác động của thuế quan lên tổng phúc lợi, chúng ta cộng tổng các thay đổi trong thặng dư tiêu dùng (giá trị này âm), thay đổi trong thặng dư sản xuất (giá trị này dương), và thay đổi trong nguồn thu của chính phủ (dương). Sự sụt giảm trong tổng thặng dư được gọi là phần tổn thất vô ích do thuế quan.

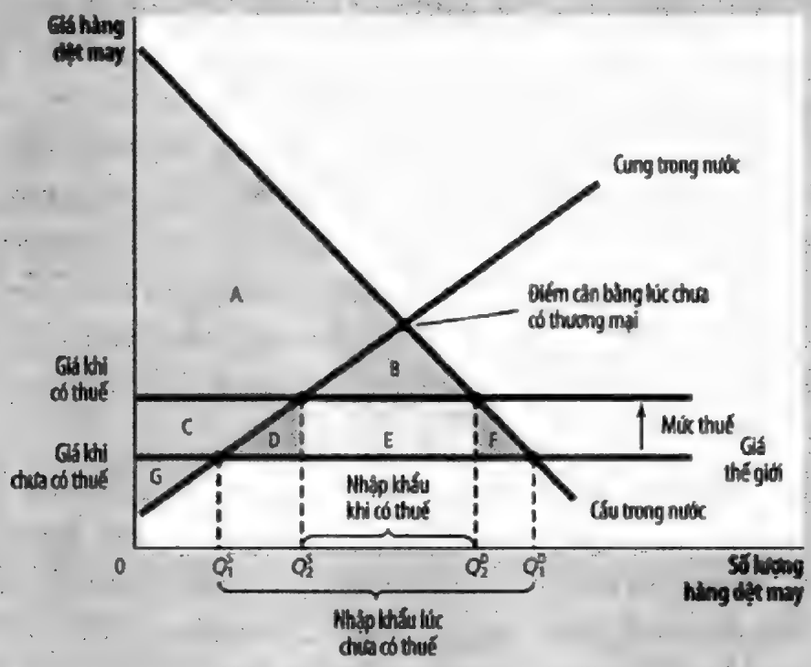
Thuế quan gây ra phần tổn thất vô ích vì thuế quan cũng là một loại thuế. Giống như hầu hết các loại thuế khác, thuế quan làm biến dạng các động cơ và đẩy sự phân bổ các nguồn lực khan hiếm ra xa mức tối ưu. Trong trường hợp này, chúng ta có thể xác định hai tác động. Đầu tiên, khi thuế quan làm tăng mức giá nội địa của hàng dệt may cao hơn mức giá thế giới, điều này sẽ thúc đẩy các nhà sản xuất trong nước gia tăng sản lượng từ Q_1^S lên Q_2^S. Mặc dù chi phí sản xuất các sản phẩm tăng thêm cao hơn so với chi phí mua chúng ở mức giá thế giới nhưng dù sao thì thuế quan cũng giúp cho các nhà sản xuất nội địa đạt được lợi nhuận tăng thêm khi gia tăng sản xuất. Thứ hai, khi thuế quan làm

Hình 4
Tác động của thuế quan

Thuế quan làm giảm lượng hàng nhập khẩu và dịch chuyển thị trường tiến dần hơn đến mức cân bằng tồn tại lúc chưa có thương mại. Tổng thặng dư giảm bởi phần diện tích D + F. Hai tam giác này thể hiện phần tổn thất vô ích do thuế.

	Trước khi có thuế quan	Sau khi có thuế quan	Thay đổi
Thặng dư tiêu dùng	A+B+C+D+E+F	A+B	−(C+D+E+F)
Thặng dư sản xuất	G	C+G	+C
Nguồn thu chính phủ	Không có	E	+E
Tổng thặng dư	A+B+C+D+E+F+G	A+B+C+E+G	−(D+F)

Phần diện tích D + F thể hiện sự sụt giảm trong tổng thặng dư và thể hiện phần tổn thất vô ích do thuế



tăng mức giá mà người tiêu dùng trong nước phải trả, điều này làm cho người tiêu dùng giảm mức tiêu thụ hàng dệt may từ Q_1^D xuống Q_2^D. Mặc dù người tiêu dùng trong nước định giá các đơn vị hàng hóa tăng thêm ở mức giá cao hơn mức giá thế giới, nhưng thuế quan buộc họ phải cắt giảm lượng tiêu dùng. Diện tích D biểu thị phần tổn thất vô ích do sản xuất quá mức hàng dệt may, và phần diện tích F biểu thị phần tổn thất do số người tiêu dùng hàng dệt may bị giảm xuống. Tổng phần tổn thất vô ích do thuế quan bằng tổng diện tích hai tam giác D + F.

Bài học cho chính sách thương mại

Bây giờ, nhóm các nhà kinh tế học Isoland có thể viết thư cho vị tân tổng thống như sau:

Kính gửi Tổng thống,

Tổng thống đã yêu cầu chúng tôi giải đáp ba câu hỏi về việc mở cửa thương mại. Sau thời gian làm việc miệt mài, chúng tôi tìm được câu trả lời như sau.

Câu hỏi: Nếu chính phủ cho phép người dân Isoland được nhập và xuất khẩu hàng dệt may thì mức giá và sản lượng hàng dệt may được bán ở thị trường trong nước sẽ như thế nào?

BẠN CÓ BIẾT

Hạn ngạch nhập khẩu: một cách thức khác để hạn chế thương mại

Bên cạnh thuế quan, một cách thức khác mà các quốc gia thường sử dụng để hạn chế thương mại quốc tế là đặt ra những giới hạn về số lượng hàng hóa nhập khẩu. Trong giáo trình này, chúng ta sẽ không phân tích một chính sách như vậy mà chỉ đưa ra kết luận: Hạn ngạch nhập khẩu cũng có nhiều điểm giống thuế quan. Cả thuế quan và hạn ngạch đều làm giảm lượng hàng nhập khẩu, làm tăng mức giá hàng hóa trong nước, giảm phúc lợi của người tiêu dùng trong nước, tăng phúc lợi của các nhà sản xuất trong nước, và gây ra các tổn thất vô ích.

Chỉ có một sự khác biệt giữa hai loại rào cản thương mại này: Thuế quan tạo ra nguồn thu cho chính phủ, trong khi hạn ngạch nhập khẩu tạo ra thặng dư cho những người có được các giấy phép nhập khẩu. Lợi nhuận mà người nắm giữ giấy phép nhập khẩu có được là chênh lệch giữa giá trong nước (mức giá hàng nhập khẩu anh ta bán) và mức giá thế giới (mức giá anh ta mua hàng hóa).

Thuế quan và hạn ngạch nhập khẩu thậm chí còn giống nhau nhiều hơn khi chính phủ thu phí các giấy phép nhập khẩu. Giả sử chính phủ quy định phí giấy phép bằng đúng với chênh lệch giữa giá trong nước và giá thế giới. Trong trường hợp này, tất cả phần lợi nhuận người nắm giữ giấy phép có được được chi trả cho chính phủ dưới dạng phí giấy phép, và hạn ngạch nhập khẩu vận hành hoàn toàn giống thuế quan. Thặng dư tiêu dùng, thặng dư sản xuất và nguồn thu của chính phủ hoàn toàn giống nhau đối với hai công cụ chính sách trên.

Tuy nhiên, thực tế khi hạn chế thương mại bởi hạn ngạch nhập khẩu, các quốc gia hiếm khi thực hiện bằng cách bán giấy phép nhập khẩu. Chẳng hạn như khi chính phủ Hoa Kỳ đôi khi tạo áp lực để Nhật Bản "tự nguyện" hạn chế lượng ô tô Nhật bán trên đất Hoa Kỳ. Trong trường hợp này, chính phủ Nhật Bản phân bổ giấy phép cho các doanh nghiệp Nhật Bản, và lợi ích từ các giấy phép sẽ dành cho các doanh nghiệp trên. Xét trên góc độ phúc lợi của Hoa Kỳ thì loại hạn ngạch nhập khẩu này gây bất lợi hơn cho Hoa Kỳ so với trường hợp thuế quan Hoa Kỳ đánh lên ô tô nhập khẩu. Cả thuế quan và hạn ngạch nhập khẩu đều làm tăng giá hàng hóa, hạn chế thương mại, và gây ra phần tổn thất vô ích, tuy nhiên ít ra thì thuế quan tạo ra nguồn thu cho chính phủ Hoa Kỳ thay vì là lợi nhuận cho các nhà sản xuất nước ngoài.

Trả lời: Ngay khi thương mại tự do được cho phép, giá hàng dệt may ở Isoland sẽ tiến về bằng mức giá phổ biến trên thế giới.

Nếu lúc này mức giá thế giới cao hơn mức giá ở Isoland thì giá trong nước của chúng ta sẽ tăng lên. Mức giá cao hơn sẽ làm giảm lượng hàng dệt may được tiêu dùng bởi người Isoland và làm tăng mức sản lượng hàng dệt may mà người Isoland sản xuất. Do đó, Isoland sẽ trở thành nước xuất khẩu hàng dệt may. Trong trường hợp này, mọi việc sẽ diễn ra như trên vì Isoland có lợi thế so sánh trong sản xuất hàng dệt may.

Ngược lại, nếu hiện giờ mức giá thế giới thấp hơn mức giá ở Isoland thì mức giá trong nước chúng ta sẽ giảm. Mức giá thấp hơn sẽ làm tăng lượng hàng được tiêu dùng bởi người Isoland và làm giảm mức sản lượng mà người Isoland sản xuất. Do đó, Isoland sẽ trở thành nước nhập khẩu hàng dệt may. Trong trường hợp này, điều này diễn ra vì các nước khác có lợi thế so sánh trong sản xuất hàng dệt may.

Câu hỏi: Ai sẽ được lợi từ thương mại tự do ở ngành dệt may, và ai sẽ bị tổn thất, và phần lợi ích có vượt lớn hơn phần tổn thất không?

Trả lời: Câu trả lời tùy thuộc vào mức giá tăng hay giảm khi thương mại tự do được cho phép. Nếu mức giá tăng lên, nhà sản xuất hàng dệt may sẽ có lợi,

và người tiêu dùng hàng dệt may sẽ bị tổn thất. Nếu mức giá giảm xuống thì người tiêu dùng sẽ có lợi, và nhà sản xuất sẽ bị tổn thất. Trong cả hai trường hợp, phần lợi ích luôn lớn hơn phần tổn thất. Do đó, thương mại tự do làm tăng tổng phúc lợi cho người Isoland.

Câu hỏi: Liệu thuế nhập khẩu có nên là một bộ phận của chính sách thương mại mới hay không?

Trả lời: Thuế nhập khẩu chỉ có tác dụng khi Isoland trở thành một nước nhập khẩu hàng dệt may. Trong trường hợp này, thuế nhập khẩu làm nền kinh tế dịch chuyển về gần mức cân bằng lúc chưa có thương mại, và cũng giống như các loại thuế khác, loại thuế này cũng gây ra khoản tổn thất vô ích. Mặc dù thuế quan làm tăng phúc lợi của nhà sản xuất trong nước và nguồn thu của chính phủ nhưng phần lợi ích này bị đánh đổi nhiều hơn từ phần tổn thất của người tiêu dùng. Theo quan điểm về tính hiệu quả kinh tế thì chính sách tốt nhất là chính sách cho phép giao thương với bên ngoài mà không áp dụng thuế nhập khẩu.

Chúng tôi mong rằng các câu trả lời trên đây sẽ có ích cho ngài khi ra các quyết định về chính sách mới.

Trân trọng kính chào,
Nhóm các nhà kinh tế học Isoland

Những lợi ích khác của thương mại quốc tế

Các kết luận của các nhà kinh tế Isoland dựa trên phân tích chuẩn mực về thương mại quốc tế. Phân tích của các nhà kinh tế sử dụng các công cụ cơ bản nhất trong bộ công cụ của các nhà kinh tế: cung, cầu, thặng dư sản xuất và thặng dư tiêu dùng. Phân tích chỉ ra rằng khi một quốc gia mở cửa nền kinh tế thì sẽ có những người hưởng lợi và những người bị thiệt, tuy nhiên phần lợi ích của người hưởng lợi luôn lớn hơn phần tổn thất của người bị thiệt.

Tuy nhiên, trường hợp thương mại tự do có thể còn tạo ra lợi ích lớn hơn vì còn một số lợi ích kinh tế khác của thương mại vượt ra ngoài những lợi ích được nhấn mạnh trong phân tích chuẩn mực trên đây. Sau đây là tóm tắt ngắn gọn về một số lợi ích khác:

- **Gia tăng tính đa dạng của hàng hóa**. Hàng hóa sản xuất ở các quốc gia khác nhau không hoàn toàn giống nhau. Chẳng hạn, bia Đức không giống với bia Mỹ. Thương mại tự do giúp người tiêu dùng ở tất cả các nước có thể lựa chọn đa dạng các chủng loại hàng hóa hơn.
- **Chi phí thấp hơn nhờ lợi thế kinh tế theo quy mô**. Một số hàng hóa có thể được sản xuất với chi phí thấp hơn chỉ khi chúng được sản xuất với số lượng lớn – hiện tượng này được gọi là *lợi thế kinh tế theo quy mô*. Một doanh nghiệp ở quốc gia nhỏ không thể tận dụng được lợi thế kinh tế theo quy mô nếu doanh nghiệp chỉ bán trên thị trường nhỏ bé trong nước. Thương mại tự do giúp các doanh nghiệp tiếp cận thị trường thế giới lớn hơn và cho phép các doanh nghiệp tận dụng được lợi thế kinh tế theo quy mô một cách đầy đủ hơn.

- **Cạnh tranh gia tăng.** Một doanh nghiệp được bảo vệ trước các đối thủ cạnh tranh nước ngoài thường có thể có quyền lực thị trường, điều này giúp doanh nghiệp này có khả năng tăng mức giá lên trên mức giá cạnh tranh. Đây là một loại thất bại thị trường. Mở cửa thị trường giúp thúc đẩy cạnh tranh và mang lại cho quy luật bàn tay vô hình một cơ hội tốt hơn để thực hiện quyền năng của mình.
- **Tăng cường trao đổi ý tưởng.** Sự chuyển giao các tiến bộ kỹ thuật trên thế giới thường được xem là xuất phát từ sự trao đổi các hàng hóa hàm chứa các tiến bộ đó. Chẳng hạn như cách tốt nhất để một đất nước nông nghiệp lạc hậu học được từ cuộc cách mạng về máy tính là mua một vài chiếc máy tính ở nước ngoài thay vì cố gắng sản xuất chúng ở trong nước.

Bởi vậy thương mại tự do làm tăng chủng loại hàng hóa cho người tiêu dùng, cho phép các doanh nghiệp tận dụng lợi thế kinh tế theo quy mô, làm cho thị trường cạnh tranh hơn, và tạo điều kiện thuận lợi cho sự lan tỏa về công nghệ. Nếu các nhà kinh tế Isoland cũng xem xét các tác động này thì những ý kiến tư vấn của họ cho tổng thống thậm chí càng thuyết phục hơn.

KIỂM TRA NHANH: *Hãy vẽ đồ thị đường cung và đường cầu cho sản phẩm áo len ở đất nước Autarka. Khi thương mại tự do được cho phép, mức giá áo len giảm từ 3 xuống 2 ounce vàng. Từ đồ thị này, bạn hãy chỉ ra sự thay đổi trong thặng dư tiêu dùng, thay đổi trong thặng dư sản xuất và thay đổi trong tổng thặng dư. Thuế nhập khẩu áo len làm thay đổi các tác động này như thế nào?*

NHỮNG LẬP LUẬN ỦNG HỘ HẠN CHẾ THƯƠNG MẠI

Bức thư của các nhà kinh tế học bước đầu đã thuyết phục được tân tổng thống Isoland xem xét việc cho phép mở cửa thị trường hàng dệt may. Tổng thống cũng nhấn mạnh mức giá trong nước hiện nay đang cao hơn so với mức giá thế giới. Do đó, tự do thương mại sẽ làm giá hàng dệt may trong nước giảm và gây thiệt hại cho các nhà sản xuất hàng dệt may trong nước. Trước khi thực thi chính sách mới, tổng thống muốn các công ty dệt may ở Isoland cho ý kiến về những tư vấn của các nhà kinh tế học.

Không hề ngạc nhiên khi các công ty dệt may này phản đối thương mại tự do đối với ngành dệt may. Họ tin rằng chính phủ nên bảo hộ ngành công nghiệp dệt may trong nước trước sự cạnh tranh của nước ngoài. Chúng ta hãy cùng xem xét các lập luận mà họ có thể đưa ra để bảo vệ quan điểm của mình và nhóm các nhà kinh tế học sẽ phản ứng như thế nào.

Lập luận về việc làm

Những người phản đối thương mại tự do thường lập luận thương mại với các nước khác sẽ gây nguy hại đến việc làm ở trong nước. Trong ví dụ của chúng ta, tự do thương mại trong ngành dệt may sẽ giúp giá hàng dệt may giảm xuống, lượng hàng dệt may sản xuất trong nước Isoland cũng giảm và do đó làm giảm số việc

làm trong ngành dệt may của Isoland. Một số công nhân trong ngành dệt may của Isoland sẽ bị mất việc làm.

Tuy nhiên, thương mại tự do cũng đồng thời tạo ra thêm việc làm cùng thời điểm mà nó làm cho việc làm mất đi. Khi người Isoland mua hàng dệt may từ nước khác, các nước này cũng tạo ra được thu nhập để mua các hàng hóa khác của Isoland. Người lao động ở Isoland sẽ di chuyển từ ngành công nghiệp dệt may sang ngành công nghiệp khác có lợi thế so sánh. Sự chuyển đổi này có thể tạo áp lực cho một số lao động trong ngắn hạn, nhưng xét trên tổng thể thì điều này cho phép người dân Isoland được hưởng một mức sống cao hơn.

Những người phản đối thương mại thường hoài nghi về khả năng tạo việc làm của thương mại. Họ có thể phản biện rằng mọi thứ có thể được sản xuất với chi phí thấp hơn ở nước ngoài. Họ lập luận rằng với thương mại tự do thì người dân Isoland không thể có lợi khi được tuyển dụng vào bất kỳ ngành công nghiệp nào. Tuy nhiên, như giải thích ở Chương 3, lợi ích từ thương mại dựa trên lợi thế so sánh tương đối chứ không phải tuyệt đối. Thậm chí nếu một quốc gia có lợi thế hơn quốc gia khác trong sản xuất tất cả các ngành hàng thì mỗi quốc gia vẫn có lợi từ giao thương với các quốc gia khác. Người lao động ở mỗi quốc gia cuối cùng cũng sẽ tìm được việc làm ở ngành công nghiệp mà quốc gia đó có lợi thế so sánh.

Lập luận về an ninh quốc gia

Khi một ngành công nghiệp có nguy cơ bị cạnh tranh từ các nước khác thì những người phản đối thương mại tự do thường lập luận rằng công nghiệp là yếu tố tối cần thiết cho an ninh quốc gia. Chẳng hạn nếu Isoland đang xem xét mở cửa thương mại ngành thép, các công ty sản xuất thép trong nước có thể sẽ nêu lý do thép được sử dụng để sản xuất súng và xe tăng. Thương mại tự do sẽ làm cho Isoland trở nên phụ thuộc vào nước ngoài trong cung ứng thép. Nếu sau này chiến tranh xảy ra và nguồn cung thép từ nước ngoài bị gián đoạn thì Isoland không thể tự mình sản xuất đủ thép và vũ khí để tự vệ.

Các nhà kinh tế học hiểu được rằng bảo hộ các ngành công nghiệp chính yếu có thể thích hợp khi có các mối quan tâm hợp lý đến an ninh quốc gia. Tuy nhiên, các nhà kinh tế lo ngại các nhà sản xuất sẽ nhanh chóng lợi dụng lập luận này để đạt những lợi ích có được từ thiệt hại của người tiêu dùng.

Chúng ta nên thận trọng trước những lập luận về an ninh quốc gia khi những lập luận này bắt nguồn từ các đại diện của ngành công nghiệp chứ không phải từ các đơn vị quốc phòng. Các công ty có động cơ để phóng đại vai trò của an ninh quốc phòng nhằm đạt được sự bảo hộ trước sự cạnh tranh từ nước ngoài. Các vị tướng của quốc gia có thể nhìn nhận sự việc khác hơn rất nhiều. Thật ra khi quân đội là một chủ thể tiêu dùng các sản phẩm đầu ra của một ngành công nghiệp thì nó sẽ thu được nhiều lợi ích hơn từ các sản phẩm nhập khẩu. Chẳng hạn như thép rẻ hơn ở Isoland sẽ giúp cho quân đội Isoland tích lũy nguồn vũ khí với chi phí thấp hơn.

Lập luận bảo hộ ngành công nghiệp non trẻ

Các ngành công nghiệp thường yêu cầu những chính sách hạn chế thương mại tạm thời nhằm giúp họ khởi nghiệp trong giai đoạn ban đầu. Lập luận này cho rằng sau một thời gian bảo hộ, các ngành công nghiệp này sẽ lớn mạnh và có thể cạnh tranh được với các doanh nghiệp nước ngoài.

Tương tự, các ngành công nghiệp lâu đời hơn đôi lúc cũng lập luận các ngành này cần biện pháp bảo hộ tạm thời nhằm giúp chúng thích nghi với các điều kiện mới. Chẳng hạn vào năm 2002, Tổng thống Bush đặt ra mức thuế tạm thời lên thép nhập khẩu. Ông đã phát biểu "Tôi nhận thấy nhập khẩu đã gây ảnh hưởng nghiêm trọng đến ngành công nghiệp của chúng ta, một ngành công nghiệp quan trọng." Thuế suất này được áp dụng trong vòng 20 tháng qua đã tạo ra "biện pháp cứu chữa tạm thời để ngành công nghiệp có thể tự mình tái cấu trúc."

Các nhà kinh tế học thường hoài nghi về những lập luận như vậy, chủ yếu là do lập luận về ngành công nghiệp non trẻ khó được thực hiện trên thực tế. Để áp dụng chính sách bảo hộ thành công thì chính phủ cần xác định được ngành công nghiệp nào cuối cùng sẽ tạo được lợi nhuận và lợi ích từ việc xây dựng các ngành công nghiệp này liệu có lớn hơn các chi phí của chính sách bảo hộ mà người tiêu dùng phải chịu hay không. Tuy nhiên, "việc lựa chọn những ngành chiến thắng" là việc làm cực kỳ khó. Điều này thậm chí còn khó thực hiện hơn do các quy trình chính trị thường dành sự bảo hộ cho các ngành công nghiệp có sức mạnh về chính trị. Và khi một ngành công nghiệp quyền lực được bảo hộ khỏi sự cạnh tranh từ nước ngoài, chính sách "tạm thời" này thường khó được gỡ bỏ.

Thêm vào đó, nhiều nhà kinh tế học hoài nghi về lập luận ủng hộ ngành công nghiệp non trẻ về mặt nguyên lý. Chẳng hạn, giả sử một ngành công nghiệp là non trẻ và không thể cạnh tranh với đối thủ nước ngoài, nhưng lại có cơ sở để tin rằng ngành công nghiệp đó có thể tạo ra lợi nhuận trong dài hạn. Trong trường hợp đó, các chủ doanh nghiệp sẽ sẵn lòng chịu những tổn thất tạm thời để sau này đạt được lợi nhuận. Bảo hộ là không cần thiết để ngành công nghiệp non trẻ có thể phát triển. Lịch sử cho thấy các doanh nghiệp tiên phong thường chịu những chi phí tạm thời và thành công trong dài hạn cho dù không có bảo hộ.

Lập luận cạnh tranh không công bằng

Một lập luận phổ biến là thương mại tự do chỉ đáng mong muốn khi tất cả các quốc gia cùng áp dụng luật chơi giống nhau. Nếu doanh nghiệp ở các nước khác nhau bị chi phối bởi các luật và quy định khác nhau thì (lập luận này cho rằng) không thể hy vọng các doanh nghiệp có thể cạnh tranh công bằng trên thị trường quốc tế. Chẳng hạn, chính phủ nước Neighborland hỗ trợ ngành công nghiệp dệt may bằng việc giảm phần lớn thuế cho các doanh nghiệp dệt may. Ngành công nghiệp dệt may ở Isoland có thể lập luận rằng ngành công nghiệp trong nước nên được bảo hộ từ nước ngoài vì nước Neighborland cạnh tranh không công bằng.

Thực tế thì Isoland có bị tổn thất khi nhập khẩu hàng dệt may từ một nước khác ở mức giá được trợ cấp không? Tất nhiên là các nhà sản xuất hàng dệt may Isoland lo ngại điều này nhưng những người tiêu dùng hàng dệt may ở Isoland sẽ được lợi nhờ mức giá thấp. Trường hợp thương mại tự do cũng không có gì khác: Lợi ích của người tiêu dùng ở mức giá thấp sẽ vượt qua tổn thất của nhà sản xuất. Trợ cấp của nước Neighborland cho ngành dệt may có thể là một chính sách không tốt, tuy nhiên chính những người phải trả thuế ở nước Neighborland là người phải chịu phần tổn thất. Isoland có thể có lợi từ cơ hội mua hàng ở mức giá trợ cấp.

Lập luận về bảo hộ như là một chiến lược đàm phán

Một lập luận nữa về bảo hộ thương mại liên quan đến chiến lược đàm phán. Nhiều nhà hoạch định chính sách trong khi ủng hộ thương mại tự do vẫn có lập luận bảo hộ thương mại có thể hữu ích khi chúng ta đàm phán với các đối tác thương mại. Họ cho rằng chính mối lo ngại về bảo hộ thương mại có thể giúp gỡ bỏ các rào cản thương mại đã được đặt ra bởi chính phủ nước ngoài. Chẳng hạn như Isoland có thể thông báo áp đặt thuế nhập khẩu hàng dệt may nếu nước Neighborland không gỡ bỏ thuế nhập khẩu lúa mì. Nếu nước Neighborland phản ứng bằng cách gỡ bỏ thuế nhập khẩu này thì kết quả sẽ là thương mại tự do hơn.

Vấn đề ở chiến lược đàm phán này là sự đe dọa nhiều lúc không có tác dụng. Nếu nó không có tác dụng thì quốc gia đối mặt với việc phải lựa chọn hai trường hợp xấu hơn. Quốc gia có thể thực hiện lời đe dọa và áp dụng bảo hộ thương mại, điều này sẽ làm giảm phúc lợi kinh tế của chính quốc gia đó. Khi phải đối mặt với sự lựa chọn, có lẽ quốc gia sẽ mong rằng nó đã không đưa ra lời đe dọa lúc đầu.

NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG

Hiệp định Thương mại và Tổ chức Thương mại Thế giới

Một quốc gia có thể thực hiện một trong hai phương cách để đạt được thương mại tự do. Quốc gia này có thể thực hiện hiệp ước đơn phương và gỡ bỏ các rào cản thương mại quốc gia mình đang áp dụng. Đây là phương cách nước Anh đã thực hiện vào thế kỷ thứ 19 và Chile và Hàn Quốc thực hiện vào những năm gần đây. Một cách khác, quốc gia có thể thực hiện hiệp ước đa phương và gỡ bỏ các rào cản thương mại cùng lúc với các quốc gia khác. Hay nói cách khác, quốc gia có thể thỏa hiệp với các đối tác thương mại trong nỗ lực giảm bớt các rào cản thương mại trên khắp thế giới.

Một ví dụ quan trọng về hiệp định đa phương là Hiệp định Thương mại Tự do Bắc Mỹ (NAFTA) được ký kết vào năm 1993 cắt giảm các rào cản thương mại giữa Hoa Kỳ, Mexico và Canada. Một thỏa hiệp nữa là Hiệp định Chung về Thuế quan và Thương mại (GATT) bao gồm nhiều thỏa hiệp liên tục được thương lượng giữa nhiều quốc gia trên thế giới với mục tiêu tăng cường thương mại tự do. Hoa

Kỳ thúc đẩy việc hình thành GATT sau Chiến tranh Thế giới thứ II để chống lại các khoản thuế nhập khẩu cao được áp dụng trong suốt thời kỳ Đại Khủng hoảng vào những năm 1930. Nhiều nhà kinh tế học cho rằng mức thuế cao góp phần làm cho nền kinh tế thế giới thêm khó khăn vào giai đoạn đó. GATT đã cắt giảm thành công mức thuế suất giữa các quốc gia từ khoảng 40 phần trăm sau Chiến tranh Thế giới thứ II xuống khoảng 5 phần trăm giai đoạn hiện hành.

Hiện nay, các nguyên tắc được hình thành từ GATT được thực thi bởi tổ chức quốc tế được gọi là Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO). WTO được thành lập năm 1995 và có trụ sở chính ở Geneva, Thụy Sỹ. Đến năm 2009, tổ chức này có 153 nước thành viên, chiếm hơn 97 phần trăm thương mại toàn cầu. Chức năng của WTO là thực thi các hiệp định, tạo ra diễn đàn cho các cuộc thương lượng, và giải quyết tranh chấp giữa các nước thành viên.

Những ưu điểm và nhược điểm của phương thức đa phương hướng tới thương mại tự do là gì? Một ưu điểm là phương thức đa phương có khả năng tạo ra thương mại tự do hơn phương thức đơn phương vì nó có thể giảm các rào cản thương mại ở nước ngoài cũng như ở trong nước. Tuy nhiên, nếu các cuộc thương lượng quốc tế thất bại thì thương mại có thể bị bảo hộ hơn so với phương thức đơn phương.

Ngoài ra, phương thức đa phương có thể có một ưu điểm về chính trị. Ở hầu hết các thị trường, các nhà sản xuất thường ít hơn và có tính tổ chức cao hơn những người tiêu dùng – và do đó họ tạo ra ảnh hưởng chính trị lớn hơn. Chẳng hạn như giảm thuế quan nhập khẩu hàng dệt may có thể khó khăn về chính trị nếu chỉ xem xét bởi chính quốc gia áp dụng. Các công ty dệt may sẽ phản đối thương mại tự do, và người mua hàng dệt may nhận được lợi ích sẽ rất đông đến nỗi khó có thể tổ chức thành một nhóm để bảo vệ quyền lợi cho mình. Tuy nhiên giả sử nước Neighborland cắt giảm thuế nhập khẩu lúa mì cùng lúc với Isoland cắt giảm thuế nhập khẩu dệt may. Trong trường hợp này, các nông dân sản xuất lúa mì ở Isoland là những người có sức mạnh chính trị sẽ ủng hộ hiệp định này. Do đó, phương thức đa phương tiến đến thương mại tự do thỉnh thoảng có thể có được sự hậu thuẫn về chính trị trong khi phương thức đơn phương không thể có được. ■

KIỂM TRA NHANH: *Công nghiệp dệt may của Autarka ủng hộ việc chống nhập khẩu áo len. Bạn hãy trình bày năm lập luận mà các nhà vận động cho chính sách này có thể đưa ra. Hãy phản biện các lập luận này.*

KẾT LUẬN

Các nhà kinh tế học và công chúng thường bất đồng đối với vấn đề thương mại tự do. Vào năm 2008, *Los Angeles Times* đã phỏng vấn công chúng Hoa Kỳ: "Nói chung, bạn có tin thương mại quốc tế tự do sẽ có ích hay gây nguy hại cho nền kinh tế, hoặc nó có tạo ra sự khác biệt cho nền kinh tế bằng cách này hay cách khác hay không?" Chỉ có 26 phần trăm người được hỏi trả lời thương mại

quốc tế là có ích, trong khi 50 phần trăm cho rằng nó sẽ gây nguy hại. (Số còn lại trả lời không có sự khác biệt hoặc là không chắc.) Ngược lại, hầu hết các nhà kinh tế học ủng hộ thương mại tự do. Họ nhận định thương mại tự do là một phương cách phân bổ nguồn lực hiệu quả và làm tăng mức sống ở cả trong và ngoài nước.

Các nhà kinh tế học xem Hoa Kỳ là một minh chứng hiện hữu khẳng định tính hiệu quả của thương mại tự do. Xuyên suốt lịch sử Hoa Kỳ, quốc gia này đã cho phép giao dịch thương mại không hạn chế giữa các bang, và xét trên tổng thể thì Hoa Kỳ có lợi từ chuyên môn hóa nhờ thương mại. Florida trồng cam, Alaska cung cấp dầu, California sản xuất rượu v.v... Người Mỹ sẽ không tận hưởng được mức sống cao như ngày nay nếu họ chỉ có khả năng tiêu dùng hàng hóa và dịch vụ do bang mình sản xuất. Tương tự thế giới có thể thu được lợi ích từ thương mại tự do giữa các quốc gia.

Để hiểu hơn về quan điểm thương mại của các nhà kinh tế học, chúng ta hãy tiếp tục với câu chuyện chúng ta đã bàn đến ở trên. Giả sử sau khi xem kết quả bầu cử mới nhất, tổng thống Isoland phớt lờ lời tư vấn từ nhóm các nhà kinh tế học và quyết định không mở cửa thị trường hàng dệt may. Nước này duy trì trạng thái cân bằng khi chưa có thương mại tự do.

Rồi một ngày nọ, một vài nhà phát minh ở Isoland khám phá ra một phương pháp mới để sản xuất hàng dệt may với chi phí thấp. Quy trình sản xuất này rất tuyệt diệu; tuy nhiên, các nhà phát minh nhất quyết giữ bí quyết về công nghệ. Và thật ngạc nhiên là các nhà phát minh này không cần các yếu tố đầu vào truyền thống như vải sợi hay len. Nguyên liệu đầu vào duy nhất nhà phát minh cần là lúa mì. Và càng ngạc nhiên hơn khi sản xuất hàng dệt may từ lúa mì, nhà phát minh hầu như không cần bất kỳ đầu vào lao động nào.

Nhà phát minh được ca ngợi như là thiên tài. Vì mọi người khi mua quần áo thì chi phí hàng dệt may thấp hơn giúp tất cả người dân Isoland tận hưởng được mức sống cao hơn. Người lao động sản xuất trong ngành dệt may trước đây trải qua một số khó khăn khi các nhà máy của họ đóng cửa, nhưng cuối cùng họ cũng tìm được việc làm ở các ngành công nghiệp khác. Một vài người trở thành nông dân và trồng lúa mì khi nhà phát minh thay đổi ngành dệt may. Một số khác tham gia vào các ngành công nghiệp mới nổi lên từ mức sống cao hơn của người dân Isoland. Mọi người đều hiểu rằng việc luân chuyển lao động trong các ngành công nghiệp lỗi thời là một phần không thể tránh khỏi của tiến bộ kỹ thuật và tăng trưởng kinh tế.

Sau một vài năm, một phóng viên quyết định tìm hiểu về quy trình sản xuất hàng dệt may tân tiến và kỳ diệu này. Phóng viên này lẻn vào nhà máy của nhà phát minh và khám phá ra nhà phát minh là một người lừa dối. Nhà phát minh đã không sản xuất lượng hàng dệt may nào. Thay vào đó, anh ta buôn lậu lúa mì ra nước ngoài để đổi lấy hàng dệt may từ các nước khác. Điều duy nhất nhà phát minh khám phá được là các lợi ích có được từ thương mại quốc tế.

Khi sự thật được phanh phui, chính phủ nghiêm cấm mọi hoạt động của nhà phát minh này. Giá hàng dệt may tăng, và công nhân quay lại làm việc tại các nhà máy dệt may. Mức sống của người dân Isoland quay lại mức như cũ. Nhà phát

minh bị vào tù và bị công luận chỉ trích. Cuối cùng thì anh ta không phải là một nhà phát minh. Anh ta chỉ là một nhà kinh tế học mà thôi.

TÓM TẮT

- Tác động của thương mại tự do được xác định bằng cách so sánh giá trong nước lúc chưa có thương mại và mức giá thế giới. Mức giá trong nước thấp chứng tỏ quốc gia này có lợi thế so sánh tương đối trong sản xuất hàng hóa đó và nước này sẽ trở thành một nước xuất khẩu. Mức giá trong nước cao chứng tỏ phần còn lại của thế giới có lợi thế so sánh tương đối trong sản xuất hàng hóa đó và nước này sẽ trở thành một nước nhập khẩu.
- Khi một quốc gia tham gia thương mại và trở thành một nước xuất khẩu hàng hóa, những nhà sản xuất hàng hóa đó sẽ có lợi, và người tiêu dùng hàng hóa đó sẽ bị bất lợi. Khi một quốc gia tham gia thương mại và trở thành một nước nhập khẩu, người tiêu dùng được lợi, và các nhà sản xuất bị thiệt. Trong cả hai trường hợp, lợi ích từ thương mại lớn hơn phần bị thiệt.
- Thuế quan – thuế đánh lên hàng nhập khẩu – làm dịch chuyển thị trường tiến gần hơn về điểm cân bằng lúc chưa có thương mại, và do đó, thuế quan làm giảm lợi ích có được từ thương mại. Mặc dù các nhà sản xuất trong nước có lợi và chính phủ tăng được doanh thu thuế nhưng tổn thất người tiêu dùng phải chịu lớn hơn những lợi ích này.
- Có nhiều lập luận ủng hộ việc bảo hộ thương mại: duy trì việc làm, bảo vệ an ninh quốc gia, hỗ trợ các ngành công nghiệp non trẻ, chống lại sự cạnh tranh không công bằng, và phản ứng với các rào cản thương mại từ nước ngoài. Mặc dù một số lập luận này là xác đáng nhưng trong hầu hết các trường hợp, các nhà kinh tế học tin rằng thương mại tự do thường là chính sách tốt hơn.

KHÁI NIỆM THEN CHỐT

Giá thế giới	world price
Thuế quan	tariff

CÂU HỎI ÔN TẬP

1. Mức giá phổ biến trong nước khi chưa có thương mại quốc tế cho chúng ta biết điều gì về lợi thế so sánh của một quốc gia?
2. Nếu mức giá thế giới của một hàng hóa lớn hơn mức giá trong nước của hàng hóa đó thì quốc gia đó nên nhập khẩu hay xuất khẩu hàng hóa đó? Trong trường hợp này, ai là người nhận được lợi ích từ thương mại tự do:

những người tiêu dùng trong nước hay những nhà sản xuất trong nước? Giải thích.

3. Hãy vẽ đồ thị cung và cầu của một nước nhập khẩu. Thặng dư sản xuất và thặng dư tiêu dùng là bao nhiêu trước khi thương mại tự do được cho phép? Thặng dư sản xuất và thặng dư tiêu dùng là bao nhiêu khi có thương mại tự do? Sự thay đổi trong tổng thặng dư là bao nhiêu?
4. Mô tả thuế quan là gì và các tác động kinh tế của nó.
5. Liệt kê năm lập luận thường được dùng để ủng hộ các rào cản thương mại. Các nhà kinh tế phản hồi như thế nào đối với các lập luận này?
6. Sự khác nhau giữa các cách tiếp cận đơn phương và đa phương để đạt được thương mại tự do? Bạn hãy đưa ra một ví dụ cho mỗi cách tiếp cận trên.

BÀI TẬP VÀ ỨNG DỤNG

1. Mexico chỉ chiếm một thị phần nhỏ của thị trường cam thế giới.
   a. Bạn hãy vẽ đồ thị mô tả điểm cân bằng trên thị trường cam của Mexico lúc chưa có thương mại. Bạn hãy xác định mức giá cân bằng, mức sản lượng cân bằng, thặng dư tiêu dùng, và thặng dư sản xuất.
   b. Giả sử giá cam thế giới thấp hơn giá cam của Mexico lúc chưa có thương mại tự do và lúc này thị trường cam của Mexico được mở cửa giao thương. Bạn hãy xác định mức giá cân bằng mới, mức sản lượng tiêu dùng, mức sản lượng sản xuất trong nước, và sản lượng nhập khẩu. Hãy chỉ ra sự thay đổi trong thặng dư tiêu dùng và thặng dư sản xuất. Tổng thặng dư này tăng hay giảm?
2. Mức giá rượu thế giới thấp hơn mức giá phổ biến ở thị trường Canada khi chưa có thương mại.
   a. Giả sử lượng nhập khẩu rượu của Canada là một phần nhỏ trong tổng sản lượng rượu của thế giới, bạn hãy vẽ đồ thị mô tả thị trường rượu của Canada khi có thương mại tự do. Bạn hãy trình bày thặng dư tiêu dùng, thặng dư sản xuất, và tổng thặng dư bằng một bảng thích hợp.
   b. Bây giờ giả sử có sự chuyển đổi bất thường của dòng hải lưu ấm Gulf Stream làm cho mùa hè châu Âu bị lạnh bất thường, gây tổn thất lớn cho vụ thu hoạch nho ở đó. Tác động của biến cố này đối với thị trường rượu thế giới là gì? Bạn hãy sử dụng đồ thị và bảng từ Câu (a) để chỉ ra tác động lên thặng dư tiêu dùng, thặng dư sản xuất, và tổng thặng dư ở Canada. Ai là những người thu được lợi ích và ai là những người bị thiệt hại? Về tổng thể thì Canada có lợi hay bị bất lợi?
3. Giả sử Quốc hội thông qua việc áp dụng thuế nhập khẩu ô tô để bảo hộ cho ngành công nghiệp ô tô của Hoa Kỳ trước sự cạnh tranh từ nước ngoài. Giả sử Hoa Kỳ là nước chấp nhận giá trên thị trường ô tô thế giới, từ đồ thị, bạn hãy chỉ ra các giá trị sau: sự thay đổi trong mức sản lượng nhập khẩu, thiệt hại của người tiêu dùng Hoa Kỳ, lợi ích của các nhà sản xuất ở Hoa

Kỳ, nguồn thu của chính phủ, và tổn thất vô ích do thuế quan. Tổn thất của người tiêu dùng có thể phân tích làm ba phần: trả giá cao hơn cho các nhà sản xuất trong nước, nộp thuế cho chính phủ, và phần tổn thất vô ích. Bạn hãy sử dụng đồ thị để xác định ba phần này.

4. Khi ngành công nghiệp may mặc của Trung Quốc được mở rộng, sự gia tăng lượng hàng cung ứng trên thế giới làm giảm giá hàng may mặc của thế giới.
   a. Bạn hãy vẽ một đồ thị thích hợp để phân tích sự thay đổi về giá này đến thặng dư tiêu dùng, thặng dư sản xuất, và tổng thặng dư của một quốc gia nhập khẩu hàng may mặc, chẳng hạn như Hoa Kỳ.
   b. Bây giờ bạn hãy vẽ một đồ thị thích hợp để mô tả tác động của sự thay đổi về giá lên thặng dư tiêu dùng, thặng dư sản xuất, và tổng thặng dư của một quốc gia xuất khẩu hàng may mặc, chẳng hạn như Cộng hòa Dominica.
   c. Hãy so sánh câu trả lời của bạn ở Câu (a) và Câu (b). Các điểm giống nhau và các điểm khác nhau là gì? Nước nào nên lo lắng về vấn đề mở rộng ngành công nghiệp dệt may ở Trung Quốc? Nước nào nên hoan nghênh sự mở rộng trên? Hãy giải thích lý do.
5. Giả sử các nhà sản xuất rượu ở Washington kiến nghị chính quyền bang này đánh thuế nhập khẩu rượu từ California. Họ lập luận rằng thuế nhập khẩu này sẽ vừa làm tăng nguồn thu thuế của chính phủ vừa tạo thêm việc làm cho ngành công nghiệp sản xuất rượu ở Washington. Bạn có đồng ý với lập luận này không? Đây có phải là một chính sách tốt không?
6. Hãy xem xét các lập luận về hạn chế thương mại.
   a. Giả sử bạn là người vận động bảo hộ cho ngành cung cấp gỗ, đây là ngành chịu sự cạnh tranh bởi hàng giá rẻ từ nước ngoài. Theo bạn thì hai hay ba lập luận nào trong số năm lập luận là có tính thuyết phục nhất đối với thành viên Quốc hội trong việc ủng hộ các rào cản thương mại. Hãy giải thích lý do.
   b. Bây giờ bạn là một sinh viên kinh tế học thông minh (hy vọng đây không là một giả định khó). Mặc dù tất cả các lập luận đều có những giới hạn nhất định tuy nhiên bạn hãy nêu tên hai hay ba lập luận có ý nghĩa kinh tế nhất đối với bạn. Ở mỗi lập luận, bạn hãy mô tả triết lý kinh tế ủng hộ hay phản đối các lập luận ủng hộ các rào cản thương mại này.
7. Nếu thuế quan làm giảm tổng thặng dư thì tại sao chính phủ lại áp dụng chúng? (Hãy suy nghĩ ai được lợi và ai bị thiệt từ thuế quan).
8. Quốc gia Textilia không cho phép nhập khẩu hàng hóa. Tại điểm cân bằng khi chưa có thương mại, chi phí sản xuất một áo sơ mi là 20 đô la, và mức sản lượng cân bằng là 3 triệu áo sơ mi. Một ngày nọ trong kỳ nghỉ dưỡng, sau khi đọc tác phẩm *Sự thịnh vượng của các quốc gia* của Adam Smith, tổng thống quyết định mở cửa thị trường Textilia cho thương mại quốc tế. Mức giá thị trường sơ mi giảm xuống mức giá thế giới là 16 đô la Mỹ. Số áo

sơ mi được tiêu thụ ở Textilia tăng lên mức 4 triệu cái, trong khi số áo sơ mi được sản xuất giảm xuống mức 1 triệu cái.

a. Bạn hãy mô tả tình huống này bằng đồ thị. Đồ thị của bạn nên hiển thị tất cả các con số.

b. Bạn hãy tính mức thay đổi trong thặng dư tiêu dùng, thặng dư sản xuất, và tổng thặng dư nhờ mở cửa thương mại. (Gợi ý: Nhớ lại diện tích tam giác bằng ½ x cạnh đáy x chiều cao).

9. Trung Quốc là nhà sản xuất ngũ cốc chính, bao gồm lúa mì, ngô, và gạo. Năm 2008, chính phủ Trung Quốc, lo ngại rằng giá ngũ cốc xuất khẩu làm cho giá hàng lương thực trong nước tăng lên, đã áp dụng thuế xuất khẩu ngũ cốc.

a. Bạn hãy vẽ đồ thị mô tả thị trường ngũ cốc ở nước xuất khẩu. Bạn hãy sử dụng đồ thị này như là điểm khởi đầu trả lời cho các câu hỏi sau.

b. Thuế xuất khẩu tác động đến giá ngũ cốc trong nước như thế nào?

c. Thuế này tác động đến phúc lợi của người tiêu dùng, phúc lợi của nhà sản xuất và nguồn thu của chính phủ như thế nào?

d. Tổng thặng dư ở Trung Quốc, bao gồm tổng thặng dư tiêu dùng, thặng dư sản xuất và nguồn thu thuế sẽ thay đổi như thế nào?

10. Hãy xác định xem mỗi phát biểu sau đây là đúng hay sai và giải thích.

a. Thuế nhập khẩu làm tăng thặng dư tiêu dùng, làm giảm thặng dư sản xuất và tăng tổng phúc lợi.

b. Nếu một quốc gia là nước nhập khẩu hàng hóa thì khi đó, độ co giãn của cầu càng lớn thì lợi ích thu được từ thương mại càng lớn.

c. Một hạn ngạch nhập khẩu có thể tạo ra một kết quả tương tự như thuế quan.

11. Kawmin là một nước nhỏ sản xuất và tiêu dùng kẹo dẻo. Giá thế giới của kẹo dẻo là 1 đô la một túi, và cung và cầu kẹo dẻo ở Kawmin được cho bởi các phương trình sau đây:

Cầu: $Q^D = 8 - P$

Cung: $Q^S = P$,

ở đây P là giá một túi kẹo tính bằng đô la và Q là số túi kẹo.

a. Bạn hãy vẽ đồ thị với đầy đủ các ký hiệu cho trường hợp của Kawmin khi quốc gia này chưa cho phép thương mại tự do. Hãy tính các giá trị sau (nhớ rằng diện tích hình tam giác bằng ½ x cạnh đáy x chiều cao): mức giá và mức sản lượng cân bằng, thặng dư tiêu dùng, thặng dư sản xuất và tổng thặng dư.

b. Sau đó Kawmin mở cửa thị trường. Bạn hãy vẽ đồ thị khác mô tả tình huống mới này đối với thị trường kẹo dẻo. Bạn hãy tính mức giá cân bằng, mức sản lượng tiêu dùng và sản xuất, sản lượng nhập khẩu, thặng dư tiêu dùng, thặng dư sản xuất và tổng thặng dư.

c. Sau đó, nhà vua của Kawmin phản hồi thỉnh cầu của các nhà sản xuất kẹo dẻo bằng việc áp dụng mức thuế nhập khẩu 1 đô la đối với một túi kẹo dẻo. Từ đồ thị, bạn hãy chỉ ra các tác động của loại thuế này. Bạn hãy tính mức giá cân bằng, sản lượng hàng tiêu thụ và sản xuất, lượng hàng nhập khẩu, thặng dư tiêu dùng, thặng dư sản xuất, nguồn thu chính phủ và tổng thặng dư.

d. Những lợi ích của mở cửa thương mại là gì? Phần tổn thất vô ích do việc hạn chế thương mại khi áp dụng thuế quan là bao nhiêu? Hãy đưa ra đáp án bằng số cụ thể.

12. Sau khi bác bỏ việc áp dụng thuế quan (thuế nhập khẩu) đối với hàng dệt may, tổng thống Isoland xem xét áp dụng mức thuế suất như trên đối với việc tiêu thụ hàng dệt may (bao gồm cả hàng nhập khẩu và hàng dệt may trong nước).

a. Bạn hãy sử dụng Hình 4 để xác định sản lượng tiêu dùng và sản lượng sản xuất ở Isoland khi áp dụng thuế tiêu thụ hàng dệt may.

b. Bạn hãy lập bảng tương ứng với Hình 4 cho thuế tiêu thụ hàng dệt may.

c. Loại thuế nào làm tăng nguồn thu cho chính phủ – thuế tiêu thụ hay thuế nhập khẩu? Loại thuế nào gây ra phần tổn thất vô ích nhỏ hơn? Hãy giải thích lý do.

13. Giả sử Hoa Kỳ là nước nhập khẩu tivi và không áp dụng hạn chế thương mại nào. Người tiêu dùng Hoa Kỳ mua 1 triệu tivi mỗi năm, trong đó có 400.000 chiếc được sản xuất trong nước và 600.000 chiếc được nhập khẩu.

a. Giả sử một tiến bộ kỹ thuật của các nhà sản xuất tivi Nhật Bản giúp giá tivi thế giới giảm được 100 đô la Mỹ. Bạn hãy vẽ đồ thị mô tả những tác động của thay đổi này lên phúc lợi của người tiêu dùng và nhà sản xuất ở Hoa Kỳ và tác động của nó lên tổng thặng dư ở Hoa Kỳ.

b. Sau khi giá giảm, người tiêu dùng mua 1,2 triệu chiếc tivi, trong đó 200.000 chiếc được sản xuất trong nước và 1 triệu chiếc được nhập khẩu. Bạn hãy tính mức thay đổi trong thặng dư tiêu dùng, thặng dư sản xuất và tổng thặng dư sau khi giảm giá.

c. Nếu chính phủ phản ứng bằng việc áp dụng mức thuế nhập khẩu tivi là 100 đô la thì điều gì sẽ xảy ra? Bạn hãy tính toán nguồn thu thuế tăng lên và phần tổn thất vô ích. Đây có phải là một chính sách tốt dưới góc độ phúc lợi của Hoa Kỳ không? Ai có thể sẽ ủng hộ chính sách này?

d. Giả sử giá tivi giảm không phải xuất phát từ tiến bộ kỹ thuật mà từ khoản trợ cấp 100 đô la trên mỗi tivi từ chính phủ Nhập Bản dành cho ngành công nghiệp này của Nhật Bản. Điều này ảnh hưởng như thế nào đến phân tích của bạn?

14. Xét một quốc gia nhỏ xuất khẩu thép. Giả sử có một chính phủ "ủng hộ thương mại" quyết định trợ cấp xuất khẩu thép bằng cách cấp một khoản tiền nhất định cho mỗi tấn thép được bán ra nước ngoài. Khoản trợ cấp

xuất khẩu này tác động đến giá thép trong nước, mức sản lượng thép được sản xuất, mức sản lượng thép được tiêu dùng và mức sản lượng thép xuất khẩu? Khoản trợ cấp đó tác động như thế nào đến thặng dư tiêu dùng, thặng dư sản xuất và tổng thặng dư? Dưới góc độ hiệu quả kinh tế thì đây có phải là một chính sách tốt không? (Gợi ý: Phân tích trợ cấp xuất khẩu cũng tương tự phân tích về thuế quan).

Để biết thêm thông tin về chủ đề của chương này, hãy ghé thăm website của chúng tôi tại *www.cengage.com/international* để xem thêm bài tập, ứng dụng, ví dụ, các bài kiểm tra trực tuyến và các nội dung khác.

PHẦN IV

KINH TẾ HỌC CỦA KHU VỰC CÔNG

10

NGOẠI TÁC

Các công ty chế tạo và buôn bán giấy thải ra một chất hóa học gọi là điôxin như là một sản phẩm phụ của quá trình sản xuất. Các nhà khoa học tin rằng một khi điôxin tồn tại trong môi trường, nó làm gia tăng rủi ro ung thư, khuyết tật bẩm sinh, và các vấn đề sức khỏe khác của con người.

Liệu quá trình sản xuất và phát thải điôxin có phải là một vấn đề của xã hội? Từ Chương 4 đến Chương 9, chúng ta đã phân tích cách thức mà thị trường phân bổ các nguồn lực khan hiếm dựa trên lực cung và cầu, và chúng ta đã thấy rằng điểm cân bằng giữa cung và cầu thông thường là một sự phân bổ hiệu quả các nguồn lực. Theo phép ẩn dụ nổi tiếng của Adam Smith, "bàn tay vô hình" của thị trường dẫn dắt những con người vị lợi trên thị trường, mua cũng như bán, đến chỗ tối đa hóa tổng lợi ích mà xã hội đạt được từ thị trường đó. Luận điểm này là nền tảng cho một trong *Mười Nguyên lý của Kinh tế học* ở Chương 1: Thị trường là một cách thức tốt để tổ chức hoạt động kinh tế. Nếu vậy, chúng ta có nên kết luận bàn tay vô hình sẽ ngăn ngừa các công ty trong thị trường giấy không xả thải quá nhiều điôxin?

Các thị trường thực hiện nhiều điều tốt, nhưng nó không thực hiện tốt tất cả mọi điều. Trong chương này, chúng ta bắt đầu nghiên cứu một nguyên lý khác của *Mười Nguyên lý của Kinh tế học*: Hành động của chính phủ đôi khi có thể cải thiện các kết quả của thị trường. Chúng ta phân tích tại sao các thị trường đôi khi thất bại trong việc phân bổ các nguồn lực một cách hiệu quả, bằng cách nào các chính sách của chính phủ có tiềm năng cải thiện sự phân bổ của thị trường, và những loại chính sách nào có khả năng vận hành tốt nhất.

Những thất bại thị trường được phân tích trong chương này thuộc về một chủ đề chung gọi là *ngoại tác*. **Ngoại tác**[1] xuất hiện khi một người tham gia vào một hoạt động có ảnh hưởng đến phúc lợi của một người ngoài cuộc nhưng không chi trả hoặc nhận được một khoản đền bù nào cho tác động đó. Nếu tác động đến người ngoài cuộc có tính chất bất lợi, nó được gọi là *ngoại tác tiêu cực*. Nếu có lợi,

---

1. **Ngoại tác**: tác động không được bù đắp của hành vi một người đối với phúc lợi của một người ngoài cuộc.

nó được gọi là *ngoại tác tích cực*. Khi có sự hiện diện của ngoại tác, sự quan tâm của xã hội trong các kết quả của thị trường vượt ra bên ngoài phúc lợi của người mua và người bán trong thị trường đó và bao hàm cả phúc lợi của những người xung quanh bị ảnh hưởng một cách gián tiếp. Bởi vì những người mua và người bán thờ ơ với những tác động ngoại tác do hành động của họ gây ra khi quyết định lượng cầu hoặc cung, cân bằng thị trường không hiệu quả khi có sự hiện diện của ngoại tác. Tức là, điểm cân bằng thất bại trong việc tối đa hóa tổng lợi ích của cả xã hội. Sự phát thải điôxin vào môi trường là một ví dụ của ngoại tác tiêu cực. Các công ty sản xuất giấy vị lợi sẽ không cân nhắc đầy đủ thiệt hại ô nhiễm mà họ gây ra trong quá trình sản xuất của mình, và những người tiêu dùng giấy không cân nhắc đầy đủ thiệt hại do ô nhiễm mà họ đóng góp thông qua những quyết định mua sắm của mình. Vì vậy, các công ty sẽ phát thải quá nhiều chất ô nhiễm trừ khi chính phủ ngăn chặn hoặc làm nản lòng họ.

Ngoại tác sinh ra từ nhiều nguồn, và tương ứng, các chính sách giải quyết cũng có nhiều dạng khác nhau. Dưới đây là một số ví dụ:

- Sự phát thải của xe ô tô là một ngoại tác tiêu cực bởi vì nó tạo ra khói mà những người khác phải hít thở. Hệ quả của ngoại tác này là các lái xe có xu hướng gây ô nhiễm quá nhiều. Chính phủ liên bang cố gắng giải quyết vấn đề bằng cách thiết lập các tiêu chuẩn phát thải cho xe ô tô. Chính phủ cũng có thể đánh thuế xăng dầu để giảm thiểu số người lái xe.
- Các tòa nhà lịch sử được phục hồi chứa đựng một ngoại tác tích cực vì những người đi ngang qua có thể tận hưởng được vẻ đẹp và âm hưởng của lịch sử mà những tòa nhà này đem lại. Những người sở hữu những tòa nhà này không nhận được đầy đủ lợi ích của việc giữ gìn chúng và vì thế có xu hướng bỏ rơi những ngôi nhà cũ rất nhanh. Nhiều chính quyền cơ sở xử lý vấn đề bằng cách quản lý việc dỡ bỏ những công trình lịch sử và miễn thuế cho những người sở hữu bảo quản chúng.
- Tiếng chó sủa tạo ra một ngoại tác tiêu cực bởi vì tiếng ồn làm phiền hàng xóm. Những người sở hữu chó không chịu những chi phí của tiếng ồn và vì thế có xu hướng không quan tâm ngăn ngừa tiếng chó sủa. Chính quyền cơ sở xử lý vấn đề bằng cách ra luật "cấm làm ồn".
- Nghiên cứu các công nghệ mới cung cấp một ngoại tác tích cực bởi vì nó tạo ra tri thức mà những người khác có thể sử dụng. Bởi vì các nhà phát minh không thể thu được đầy đủ những lợi ích từ các phát minh của họ, họ có xu hướng dành quá ít nguồn lực cho nghiên cứu. Chính phủ xử lý vấn đề này một phần thông qua hệ thống bản quyền, cho phép nhà phát minh độc quyền sử dụng sáng chế của mình trong một khoảng thời gian nhất định.

Trong mỗi trường hợp trên, một số chủ thể ra quyết định thất bại trong việc tính toán đến những tác động ngoại tác do hành vi của họ gây ra. Chính phủ xử lý bằng cách cố gắng điều phối những hành vi này để bảo vệ quyền lợi của những người ngoài cuộc.

NGOẠI TÁC VÀ SỰ KHÔNG HIỆU QUẢ CỦA THỊ TRƯỜNG

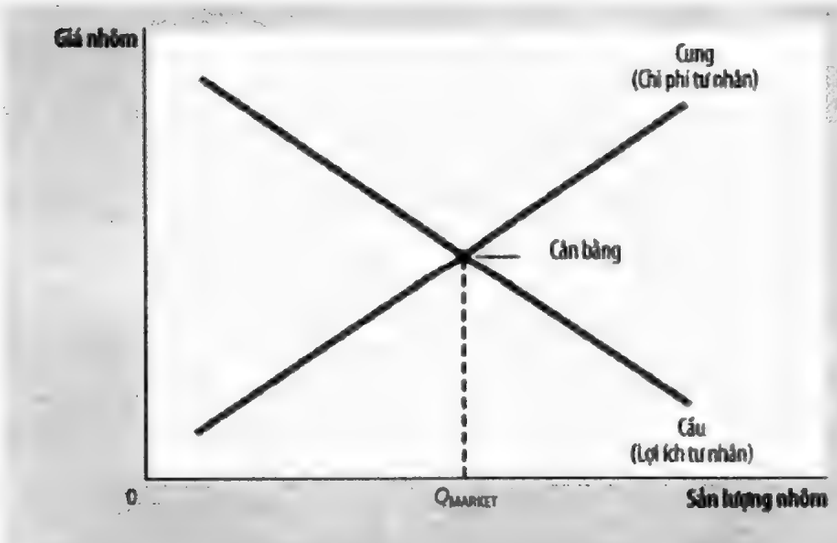
Trong phần này, chúng ta sử dụng các công cụ kinh tế học phúc lợi đã thảo luận ở Chương 7 để phân tích cách thức mà ngoại tác ảnh hưởng đến phúc lợi kinh tế. Phân tích chỉ ra một cách chính xác vì sao ngoại tác khiến cho thị trường phân bổ các nguồn lực một cách không hiệu quả. Ở cuối chương, chúng ta phân tích những cách thức khác nhau mà người dân và các nhà chính sách công có thể chữa trị loại thất bại thị trường này.

Kinh tế học phúc lợi: Ôn tập

Chúng ta bắt đầu bằng việc ôn lại những bài học chính yếu của kinh tế học phúc lợi trong Chương 7. Để giúp cho phân tích của chúng ta được rõ ràng, chúng ta sẽ xem xét một thị trường cụ thể – thị trường nhôm. Hình 1 phác họa đường cung và cầu của thị trường nhôm.

Nếu bạn nhớ lại từ Chương 7, đường cung và cầu chứa đựng những thông tin quan trọng về chi phí và lợi ích. Đường cầu đối với nhôm phản ánh giá trị của nhôm đối với người tiêu dùng, đo lường bởi mức giá mà họ sẵn lòng trả. Ở bất cứ sản lượng nào, chiều cao của đường cầu cho biết mức sẵn lòng trả cận biên của người mua. Nói một cách khác, nó cho biết giá trị của đơn vị nhôm cuối cùng được mua đối với người tiêu dùng. Tương tự, đường cung phản ánh chi phí của việc sản xuất nhôm. Ở bất kỳ sản lượng nào, chiều cao của đường cung cho biết chi phí biên đối với người bán. Nói một cách khác, nó cho biết chi phí sản xuất của đơn vị nhôm cuối cùng mà nhà sản xuất bán ra.

Nếu không có can thiệp của chính phủ, mức giá điều chỉnh để cân bằng cung và cầu đối với nhôm. Sản lượng được sản xuất và tiêu thụ ở mức cân bằng thị trường, thể hiện bởi Q_{MARKET} ở Hình 1, là hiệu quả dưới góc nhìn tối đa hóa tổng thặng dư tiêu dùng và sản xuất. Tức là, thị trường phân bổ các nguồn lực theo cách tối đa hóa tổng giá trị đối với những người tiêu dùng nhôm trừ đi tổng chi phí của những nhà sản xuất chế tạo và bán nhôm.



Hình 1
Thị trường nhôm

Đường cầu phản ánh giá trị đối với người tiêu dùng, và đường cung phản ánh chi phí đối với nhà sản xuất. Sản lượng cân bằng Q_{MARKET} tối đa hóa tổng giá trị đối với người mua trừ đi tổng chi phí đối với người bán. Vì vậy, khi không có sự hiện diện của ngoại tác, cân bằng thị trường là hiệu quả.

Ngoại tác tiêu cực

Bây giờ hãy giả định các nhà máy nhôm phát thải ô nhiễm: Với mỗi đơn vị nhôm được sản xuất, có một lượng khói nhất định đi vào bầu khí quyển. Bởi vì đám khói này gây ra rủi ro sức khỏe cho những ai hít thở không khí, nó là một ngoại tác tiêu cực. Ngoại tác ảnh hưởng đến sự hiệu quả của kết quả thị trường như thế nào?

Bởi vì ngoại tác, chi phí đối với xã hội của việc sản xuất nhôm lớn hơn chi phí đối với các nhà sản xuất nhôm. Với mỗi đơn vị nhôm được sản xuất, chi phí xã hội bao gồm chi phí tư nhân của các nhà sản xuất nhôm cộng với chi phí đối với những người ngoài cuộc bị ảnh hưởng bất lợi bởi ô nhiễm. Hình 2 phác họa chi phí xã hội của việc sản xuất nhôm. Đường chi phí xã hội nằm trên đường cung bởi vì nó bao gồm cả các chi phí ngoại tác mà quá trình sản xuất nhôm gây ra cho xã hội. Sự chênh lệch giữa hai đường này phản ánh chi phí của phát thải ô nhiễm.

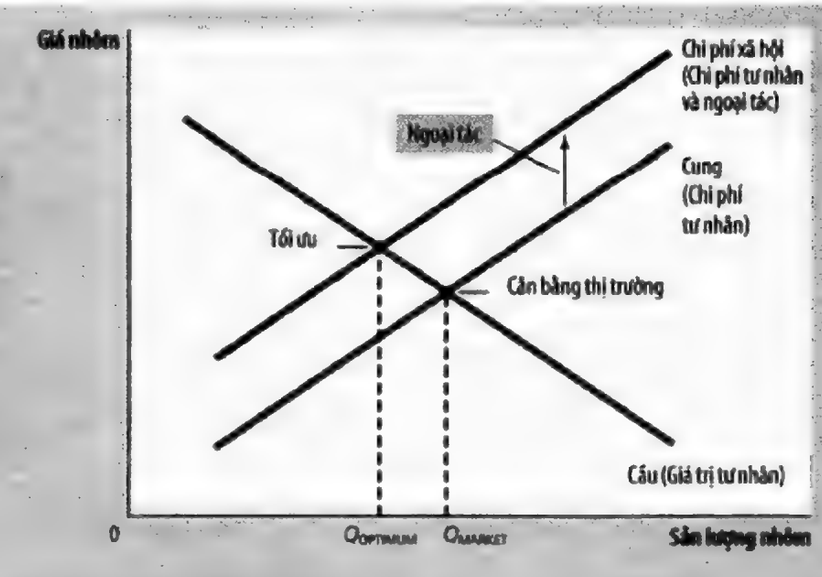
Nên sản xuất bao nhiêu nhôm? Để trả lời câu hỏi này, một lần nữa chúng ta lại phân tích xem một nhà kế hoạch xã hội chuẩn mực sẽ làm gì. Nhà kế hoạch muốn tối đa hóa tổng thặng dư từ thị trường – giá trị đối với người tiêu dùng nhôm trừ đi chi phí sản xuất nhôm. Tuy nhiên, nhà kế hoạch hiểu rằng chi phí của việc sản xuất nhôm bao gồm cả những chi phí ngoại tác của ô nhiễm.

Nhà kế hoạch sẽ chọn mức sản lượng nhôm mà ở đó đường cầu cắt đường chi phí xã hội. Giao điểm này ấn định sản lượng tối ưu của nhôm trên quan điểm toàn xã hội. Dưới mức sản lượng này, giá trị biên của nhôm đối với người tiêu dùng (đo lường bởi chiều cao của đường cầu) vượt quá chi phí xã hội biên của việc sản xuất nhôm (đo lường bởi chiều cao của đường chi phí xã hội). Nhà kế hoạch không sản xuất nhiều hơn mức sản lượng này bởi vì lúc này chi phí xã hội của việc sản xuất thêm một đơn vị nhôm sẽ vượt quá giá trị của nó đối với người tiêu dùng.

Hãy chú ý rằng sản lượng nhôm cân bằng Q_{MARKET} lớn hơn sản lượng tối ưu xã hội $Q_{OPTIMUM}$. Sự không hiệu quả này xảy ra bởi vì cân bằng thị trường chỉ phản ánh chi phí tư nhân của nhà sản xuất. Ở mức cân bằng thị trường, người tiêu

Hình 2
Ô nhiễm và Tối ưu xã hội

Khi có sự hiện diện của ngoại tác tiêu cực, ví dụ như ô nhiễm, chi phí xã hội của hàng hóa vượt quá chi phí tư. Vì thế sản lượng tối ưu $Q_{OPTIMUM}$ thấp hơn sản lượng cân bằng thị trường Q_{MARKET}.



dùng biên định giá trị nhôm thấp hơn chi phí xã hội của việc sản xuất nó. Tức là ở Q_{MARKET}, đường cầu nằm dưới đường chi phí xã hội. Vì thế, giảm sản xuất và tiêu dùng nhôm dưới mức cân bằng thị trường làm gia tăng tổng phúc lợi kinh tế.

Nhà kế hoạch xã hội đạt được sản lượng tối ưu bằng cách nào? Một cách sẽ là đánh thuế các nhà sản xuất nhôm trên mỗi tấn nhôm được bán. Thuế sẽ dịch chuyển đường cung nhôm lên phía trên một lượng bằng với mức thuế. Nếu mức thuế phản ánh chính xác chi phí ngoại tác của chất ô nhiễm thải vào bầu khí quyển, đường cung mới sẽ trùng với đường chi phí xã hội. Ở mức cân bằng thị trường mới, các nhà sản xuất nhôm sẽ sản xuất sản lượng nhôm tối ưu xã hội.

Việc sử dụng một loại thuế như vậy được gọi là **nội hóa ngoại tác**[1] bởi vì nó tạo ra một khuyến khích cho người mua và người bán trong thị trường tính toán đến chi phí ngoại tác trong hành vi của họ. Về bản chất, các nhà sản xuất nhôm sẽ tính toán đến chi phí ô nhiễm khi quyết định cung ứng bao nhiêu nhôm bởi vì thuế sẽ buộc họ chi trả cho những chi phí ngoại tác này. Và bởi vì mức giá thị trường sẽ chứa đựng thuế đánh lên nhà sản xuất, người tiêu dùng nhôm sẽ có động cơ sử dụng một sản lượng nhôm ít hơn. Chính sách này được dựa trên một trong *Mười Nguyên Lý của Kinh tế học*: Con người phản ứng với những động cơ khuyến khích. Trong những phần sau của chương này, chúng ta sẽ xem xét chi tiết hơn cách thức mà các nhà lập chính sách có thể xử lý ngoại tác.

Ngoại tác tích cực

Mặc dù một số hoạt động gây ra chi phí cho bên thứ ba, một số hoạt động khác đem lại lợi ích. Ví dụ như giáo dục. Trong một phạm vi rộng, lợi ích của giáo dục có tính tư nhân: Người tiêu dùng giáo dục trở nên hiệu quả hơn trong công việc và vì thế nhận được hầu hết lợi ích của giáo dục bằng các mức lương cao hơn. Tuy nhiên, ngoài những lợi ích tư này, giáo dục còn tạo ra các ngoại tác tích cực. Một ngoại tác thể hiện qua việc một xã hội có học thức hơn sẽ dẫn đến nhiều cử tri được thông tin tốt hơn, đồng nghĩa với một chính phủ tốt hơn cho tất cả mọi người. Một ngoại tác khác là một xã hội có học thức hơn có xu hướng có tỷ lệ tội phạm thấp hơn. Một ngoại tác thứ ba là một xã hội có học thức hơn có thể khuyến khích sự phát triển và phổ biến của tiến bộ công nghệ, dẫn đến năng suất cao hơn và các mức lương cao hơn cho tất cả mọi người. Bởi vì ba ngoại tác tích cực này, người ta có xu hướng thích những người hàng xóm có học thức.

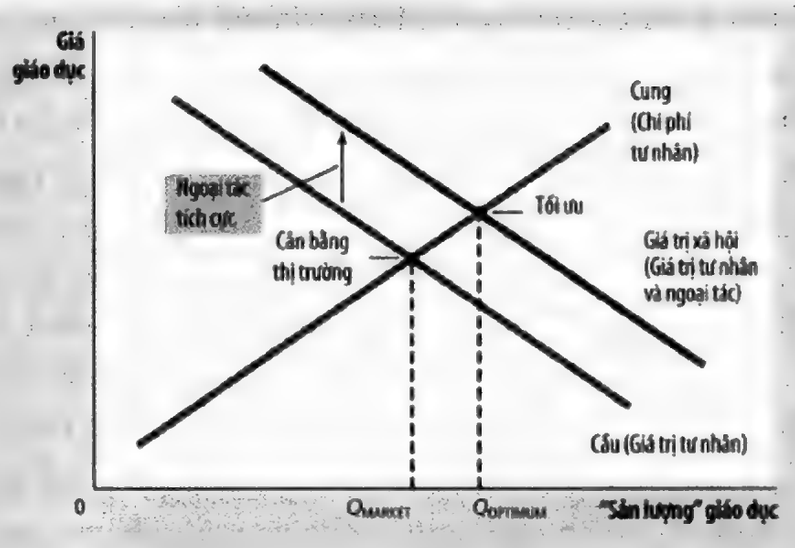
Phân tích ngoại tác tích cực tương tự với phân tích ngoại tác tiêu cực. Hình 3 cho thấy đường cầu không phản ánh giá trị xã hội của hàng hóa. Bởi vì giá trị xã hội lớn hơn giá trị tư, đường giá trị xã hội nằm trên đường cầu. Sản lượng tối ưu được xác định tại giao điểm của đường giá trị xã hội và đường cung (đại diện cho các chi phí). Vì thế, sản lượng tối ưu xã hội lớn hơn sản lượng được ấn định bởi thị trường tư nhân.

---

1. **Nội hóa ngoại tác:** làm thay đổi các động cơ sao cho các cá nhân tính đến tác động ngoại tác trong hành vi của họ.

Hình 3
Giáo dục và Tối ưu xã hội

Với sự hiện diện của ngoại tác tích cực, giá trị xã hội của hàng hóa vượt quá giá trị tư nhân. Vì thế, sản lượng tối ưu $Q_{OPTIMUM}$ lớn hơn sản lượng cân bằng Q_{MARKET}.



Một lần nữa, chính phủ có thể sửa chữa thất bại thị trường bằng cách khuyến khích những người tham gia thị trường nội hóa ngoại tác. Chính sách thích hợp trong trường hợp ngoại tác tích cực hoàn toàn ngược lại với trường hợp ngoại tác tiêu cực. Để dịch chuyển cân bằng thị trường gần hơn với điểm tối ưu xã hội, ngoại tác tích cực cần được trợ cấp. Trong thực tế, đó cũng chính là chính sách mà chính phủ theo đuổi: Giáo dục được trợ cấp rất nhiều thông qua các trường công và học bổng chính phủ.

Tóm lại: *Ngoại tác tiêu cực khiến cho thị trường sản xuất một sản lượng cao hơn sản lượng mức mong muốn của xã hội. Ngoại tác tích cực khiến cho thị trường sản xuất một sản lượng thấp hơn sản lượng đáng mong muốn về mặt xã hội. Để xử lý vấn đề, chính phủ có thể nội hóa ngoại tác bằng cách đánh thuế các sản phẩm có ngoại tác tiêu cực và trợ cấp các sản phẩm có ngoại tác tích cực.*

NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG — *Tác động lan tỏa của công nghệ, chính sách công nghiệp, và bảo vệ bản quyền*

Một loại ngoại tác tích cực tiềm năng khá quan trọng là *tác động lan tỏa của công nghệ* – tác động của các nỗ lực nghiên cứu và sản xuất của một công ty đến sự tiếp cận tiến bộ công nghệ của các công ty khác. Ví dụ như thị trường rô-bốt công nghiệp. Rô-bốt hiện đang ở đỉnh điểm của một công nghệ đang thay đổi rất nhanh chóng. Bất cứ khi nào một công ty lắp đặt rô-bốt, công ty đó có cơ hội khám phá ra một thiết kế mới hơn và tốt hơn. Thiết kế mới có thể đem lại lợi ích cho không chỉ công ty này mà còn cả xã hội nói chung bởi vì nó sẽ gia nhập vào kho tàng tri thức công nghệ của xã hội. Tức là, nó có thể đem lại ngoại tác tích cực cho các nhà sản xuất khác trong nền kinh tế.

Trong trường hợp này, chính phủ có thể nội hóa ngoại tác bằng cách trợ cấp cho sản xuất rô-bốt. Nếu chính phủ chi trả cho các công ty một khoản trợ cấp cho mỗi con rô-bốt được sản xuất, đường cung sẽ dịch xuống một lượng đúng bằng khoản trợ cấp, và sự dịch chuyển này sẽ làm gia tăng sản lượng rô-bốt cân bằng.

Để đảm bảo mức cân bằng thị trường trùng với mức tối ưu xã hội, khoản trợ cấp phải bằng giá trị của tác động lan tỏa công nghệ.

Tác động lan tỏa công nghệ lớn đến đâu, và điều đó gợi ý gì cho chính sách công? Đây là một câu hỏi quan trọng bởi vì tiến bộ công nghệ là chìa khóa giải thích tại sao tiêu chuẩn cuộc sống gia tăng theo thời gian. Tuy nhiên nó cũng là một câu hỏi mà các nhà kinh tế thường bất đồng với nhau.

Một số nhà kinh tế tin rằng tác động lan tỏa công nghệ là rộng khắp và chính phủ nên khuyến khích các ngành công nghiệp có tác động lan tỏa công nghệ lớn nhất. Ví dụ, các nhà kinh tế này tranh luận nếu việc sản xuất chip máy tính tạo ra tác động lan tỏa công nghệ lớn hơn việc sản xuất khoai tây chiên, thì chính phủ nên khuyến khích sự sản xuất chip máy tính một cách tương đối so với sự sản xuất các khoai tây chiên. Luật thuế Hoa Kỳ hiện thực hóa điều này một cách có giới hạn bằng cách quy định những khoản miễn thuế đặc biệt cho chi phí nghiên cứu và phát triển. Một số quốc gia khác đi xa hơn bằng cách trợ cấp một số ngành công nghiệp cụ thể được cho là đem lại những tác động lan tỏa công nghệ lớn. Can thiệp chính phủ trong nền kinh tế nhằm mục đích khuyến khích các ngành công nghiệp có tính cải tiến công nghệ đôi khi được gọi là *chính sách công nghiệp.*

Các nhà kinh tế khác hoài nghi về chính sách công nghiệp. Ngay cả khi tác động lan tỏa công nghệ là phổ biến, sự thành công của một chính sách công nghiệp đòi hỏi chính phủ phải có khả năng đo lường quy mô của tác động lan tỏa công nghệ từ các thị trường khác nhau. Vấn đề đo lường này cực kỳ khó khăn. Hơn thế nữa, nếu không có những thước đo chính xác, hệ thống chính trị có thể đi đến trợ cấp các ngành công nghiệp có ảnh hưởng chính trị mạnh nhất hơn là những ngành công nghiệp có ngoại tác tích cực lớn nhất.

Một cách khác để xử lý tác động lan tỏa công nghệ là bảo vệ bản quyền. Luật bản quyền bảo vệ quyền lợi của nhà đầu tư bằng cách cấp cho họ quyền sử dụng độc quyền các sáng chế của họ trong một khoảng thời gian. Khi một công ty có một đột phá công nghệ, nó có thể đăng ký bản quyền cho ý tưởng đó và thu nhặt đa số lợi ích kinh tế cho chính nó. Bản quyền nội hóa ngoại tác bằng cách cấp cho công ty *quyền sở hữu tài sản* đối với phát minh của nó. Nếu các công ty khác muốn sử dụng công nghệ mới, họ phải có được sự cho phép từ công ty sáng chế và trả tiền bản quyền. Vì vậy, hệ thống bản quyền khuyến khích các công ty tham gia vào nghiên cứu và các hoạt động đổi mới công nghệ nhiều hơn. ■

KIỂM TRA NHANH: *Cho một ví dụ về ngoại tác tiêu cực và ngoại tác tích cực. Giải thích tại sao các kết quả thị trường là không hiệu quả khi có những ngoại tác này.*

CHÍNH SÁCH CÔNG ĐỐI VỚI NGOẠI TÁC

Chúng ta đã thảo luận tại sao ngoại tác khiến cho thị trường phân bổ các nguồn lực một cách không hiệu quả nhưng chỉ nhắc đến một cách ngắn gọn cách thức để chữa trị sự không hiệu quả này. Trong thực tiễn, các nhà chính sách công cũng như người dân đối phó với ngoại tác bằng nhiều cách khác nhau. Tất cả những

biện pháp chữa trị đều có chung một mục tiêu là dịch chuyển sự phân bổ các nguồn lực gần với mức tối ưu xã hội hơn.

Phần này xem xét các giải pháp của chính phủ. Một cách tổng quát, chính phủ có thể đối phó với ngoại tác bằng một trong hai cách. Chính sách *mệnh lệnh và kiểm soát* hiệu chỉnh hành vi một cách trực tiếp. *Chính sách dựa vào thị trường* tạo ra các khuyến khích để các chủ thể ra quyết định cá nhân sẽ tự động giải quyết vấn đề.

Chính sách mệnh lệnh và kiểm soát: Luật điều chỉnh

Chính phủ có thể chữa trị ngoại tác bằng cách cho phép hoặc ngăn cấm một số hành vi nhất định. Ví dụ, xả thải các chất hóa học độc hại vào nguồn nước là phạm luật. Trong trường hợp này, chi phí ngoại tác đối với xã hội vượt xa lợi ích của người gây ô nhiễm. Vì thế, chính phủ ban hành một chính sách mệnh lệnh và kiểm soát để cấm tất cả các hành vi này.

Tuy nhiên, trong hầu hết các trường hợp ô nhiễm, vấn đề không đơn giản như vậy. Bất chấp những mục tiêu đưa ra bởi các nhà môi trường, việc ngăn cấm tất cả các hoạt động ô nhiễm là bất khả thi. Ví dụ, hầu như tất cả các hoạt động giao thông – kể cả đi ngựa – đều thải ra một số các sản phẩm phụ ô nhiễm không mong muốn. Nhưng nếu chính phủ cấm tất cả các hoạt động giao thông thì thật là không anh minh tí nào. Vì thế, thay vì cố gắng loại trừ hoàn toàn ô nhiễm, xã hội phải cân tính chi phí và lợi ích để quyết định các loại và lượng ô nhiễm được phép. Ở Hoa Kỳ, Cơ quan Bảo vệ Môi trường (EPA) là cơ quan nhà nước với nhiệm vụ phát triển và đảm bảo thực thi các điều luật bảo vệ môi trường.

Các điều luật môi trường có thể có nhiều dạng. Đôi khi EPA chỉ định một mức ô nhiễm tối đa mà một nhà máy có thể phát thải. Trong một số trường hợp khác, EPA đòi hỏi các công ty áp dụng một công nghệ giảm phát thải cụ thể. Trong tất cả các trường hợp, để thiết kế những điều luật tốt, các nhà xây dựng luật điều chỉnh cần phải biết chi tiết về những ngành cụ thể và về những công nghệ khác nhau mà các ngành đó có thể áp dụng. Những thông tin này rất khó thu thập được đối với các nhà làm luật điều chỉnh.

Chính sách dựa vào thị trường 1: Thuế và trợ cấp hiệu chỉnh

Để đối phó với ngoại tác, thay vì ra luật hiệu chỉnh hành vi, chính phủ có thể sử dụng các chính sách dựa vào thị trường để gắn kết động cơ cá nhân với hiệu quả xã hội. Ví dụ như chúng ta đã thấy ở trên, chính phủ có thể nội hóa ngoại tác bằng cách đánh thuế các hoạt động có ngoại tác tiêu cực và trợ cấp các hoạt động có ngoại tác tích cực. Thuế được ban hành để xử lý các tác động của ngoại tác tiêu cực được gọi là **thuế hiệu chỉnh**[1]. Chúng cũng được gọi là *Thuế Pigou*, lấy theo tên của nhà kinh tế Arthur Pigou (1877-1959), người đã sớm ủng hộ việc sử dụng loại thuế này. Một mức thuế hiệu chỉnh chuẩn mực sẽ bằng với chi phí ngoại tác

1. **Thuế hiệu chỉnh**: một loại thuế được thiết kế để làm cho những người ra quyết định tư nhân tính đến những chi phí xã hội phát sinh do ngoại tác tiêu cực.

từ một hoạt động có ngoại tác tiêu cực, và một mức trợ cấp hiệu chỉnh chuẩn mực sẽ bằng với lợi ích ngoại tác từ một hoạt động có ngoại tác tích cực.

Để đối phó với ô nhiễm, các nhà kinh tế luôn luôn thích thuế hiệu chỉnh hơn luật bởi vì nó có thể giảm thiểu ô nhiễm với một mức chi phí thấp hơn cho xã hội. Chúng ta hãy xem xét một ví dụ để hiểu tại sao.

Giả sử có hai nhà máy – giấy và thép – mỗi nhà máy thải vào dòng sông 500 tấn tạp chất mỗi năm. EPA quyết định sẽ giảm số lượng ô nhiễm. Họ cân nhắc hai giải pháp:

- Luật điều chỉnh: EPA có thể bắt buộc mỗi nhà máy giảm ô nhiễm xuống còn 300 tấn tạp chất mỗi năm.
- Thuế hiệu chỉnh: EPA có thể đánh thuế lên mỗi nhà máy với mức 50.000 đô la cho mỗi tấn tạp chất mà nó phát thải.

Luật điều chỉnh sẽ chỉ định một mức ô nhiễm, trong khi thuế sẽ tạo ra một khuyến khích kinh tế cho các nhà máy để giảm thiểu ô nhiễm. Theo bạn, giải pháp nào tốt hơn?

Hầu hết các nhà kinh tế thích phương án thuế. Để giải thích cho sở thích này, đầu tiên họ sẽ chỉ ra rằng thuế cũng có hiệu lực như luật trong việc giảm thiểu tổng mức ô nhiễm. EPA có thể đạt được bất kỳ mức ô nhiễm nào họ muốn bằng cách ấn định mức thuế một cách phù hợp. Thuế càng cao, mức giảm thiểu ô nhiễm càng lớn. Nếu thuế đủ cao, các nhà máy sẽ đóng cửa, giảm ô nhiễm xuống bằng không.

Mặc dù luật điều chỉnh và thuế hiệu chỉnh đều có thể giảm ô nhiễm, thuế đạt được mục tiêu này một cách hiệu quả hơn. Luật điều chỉnh yêu cầu các nhà máy giảm một lượng ô nhiễm như nhau. Tuy nhiên, một lượng giảm bằng nhau không nhất thiết là cách thức ít tốn kém nhất để làm sạch nguồn nước. Có thể có trường hợp nhà máy giấy có khả năng giảm ô nhiễm với chi phí thấp hơn nhà máy thép. Nếu vậy, nhà máy giấy sẽ giảm ô nhiễm một cách đáng kể khi có thuế để tránh phải nộp thuế, trong khi nhà máy thép sẽ giảm ô nhiễm ít hơn và trả thuế.

Về bản chất, thuế hiệu chỉnh đặt ra một mức giá cho quyền gây ô nhiễm. Cũng như thị trường phân bổ hàng hóa cho những người mua định giá trị chúng cao nhất, thuế hiệu chỉnh phân bổ ô nhiễm cho những nhà máy có chi phí giảm ô nhiễm cao nhất. Bất cứ mức ô nhiễm nào EPA muốn, họ có thể đạt được mục tiêu đó với chi phí thấp nhất bằng cách sử dụng thuế.

Các nhà kinh tế cũng tranh luận rằng thuế hiệu chỉnh tốt hơn cho môi trường. Dưới chính sách mệnh lệnh và kiểm soát với luật hiệu chỉnh, các nhà máy không có lý do gì để giảm ô nhiễm nhiều hơn một khi họ đã được mức 300 tấn tạp chất. Trái lại, thuế tạo ra một khuyến khích cho các nhà máy phát triển những công nghệ xanh hơn bởi vì một công nghệ xanh hơn sẽ giảm số lượng thuế mà nhà máy phải nộp.

Thuế hiệu chỉnh không giống như những loại thuế khác. Như chúng ta đã thảo luận ở Chương 8, hầu hết các loại thuế đều bóp méo các khuyến khích và dịch chuyển sự phân bổ các nguồn lực lệch xa khỏi mức tối ưu xã hội. Sự giảm sút trong phúc lợi kinh tế – tức là, thặng dư tiêu dùng và sản xuất – vượt quá mức

doanh thu mà chính phủ thu được, dẫn đến một tổn thất vô ích. Trái lại, khi ngoại tác hiện diện, xã hội còn quan tâm đến phúc lợi của những người ngoài cuộc phải chịu ảnh hưởng. Thuế hiệu chỉnh thay đổi khuyến khích để tính toán đến ngoại tác và vì thế dịch chuyển sự phân bổ nguồn lực gần hơn với điểm tối ưu xã hội. Vì vậy, ngoài việc đem lại doanh thu cho chính phủ, thuế hiệu chỉnh còn làm gia tăng hiệu quả kinh tế.

NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG

Tại sao xăng dầu bị đánh thuế rất nặng?

Ở nhiều quốc gia, xăng dầu thuộc nhóm hàng hóa bị đánh thuế nặng nhất. Thuế xăng dầu có thể được xem là một loại thuế hiệu chỉnh nhằm xử lý ba ngoại tác tiêu cực gắn liền với việc lái xe hơi:

- *Kẹt xe:* Nếu bạn đã từng bị mắc kẹt trong một tình huống ách tắc giao thông, lúc đó bạn có thể đã ước gì có ít xe hơi trên đường hơn. Thuế xăng dầu làm giảm tắc nghẽn bằng cách khuyến khích người ta sử dụng giao thông công cộng, hoặc đi chung xe thường xuyên hơn, và sống gần nơi làm việc hơn.
- *Tai nạn:* Bất cứ khi nào người ta mua những chiếc xe hơi lớn hoặc các loại xe thể thao, họ có thể làm cho mình an toàn hơn nhưng họ chắc chắn đem lại rủi ro cho hàng xóm của mình. Theo Ban Quản lý An toàn Giao thông Đường cao tốc Quốc gia, một người lái xe bình thường có xác suất tử vong cao gấp năm lần nếu bị tông bởi các loại xe thể thao thay vì là bị tông bởi một chiếc xe hơi khác. Thuế xăng dầu là một cách gián tiếp để bắt người ta chi trả khi mà những chiếc xe lớn và uống xăng của họ gây rủi ro cho những người khác. Nó sẽ khiến họ tính toán đến những rủi ro này khi chọn mua xe.
- *Ô nhiễm:* Xe hơi thải khói. Hơn thế nữa, người ta tin rằng sự đốt cháy các nhiên liệu hóa thạch như xăng dầu là nguyên nhân chính của hiện tượng ấm lên toàn cầu. Các chuyên gia bất đồng về mức độ nguy hiểm của mối đe dọa này, nhưng không có gì phải nghi ngờ rằng thuế xăng dầu giảm nguy cơ này bằng cách giảm sự sử dụng xăng dầu.

Vì thế thuế xăng dầu thực sự làm cho nền kinh tế vận hành tốt hơn thay vì gây ra tổn thất vô ích như hầu hết những loại thuế khác. Nó giảm thiểu tắc nghẽn giao thông, làm đường bộ an toàn hơn, và tạo ra một môi trường sạch hơn.

Thuế xăng dầu nên ở mức bao nhiêu? Hầu hết các quốc gia ở Châu Âu đánh thuế xăng dầu cao hơn nhiều so với ở Hoa Kỳ. Rất nhiều nhà quan sát đã đề nghị Hoa Kỳ đánh thuế xăng dầu cao hơn. Một nghiên cứu năm 2007 đăng trên *Journal of Economic Literature* tóm lược những nghiên cứu về độ lớn của những ngoại tác khác nhau liên quan đến lái xe. Bài nghiên cứu này đã kết luận mức thuế hiệu chỉnh tối ưu đối với xăng dầu là 2,10 đô la trên mỗi gallon, so với mức thuế thực sự ở Hoa Kỳ chỉ có 40 cent.

Doanh thu từ thuế xăng dầu có thể được sử dụng để giảm các loại thuế bóp méo động cơ và gây ra tổn thất vô ích như thuế thu nhập. Thêm vào đó, một vài luật hiệu chỉnh nặng nề của chính phủ như yêu cầu các nhà chế tạo ô tô sản xuất nhiều hơn các loại xe hơi tiết kiệm nhiên liệu là không cần thiết. Tuy nhiên, ý tưởng này chưa bao giờ trở nên phổ biến về mặt chính trị. ■

Chính sách dựa vào thị trường 2: Giấy phép gây ô nhiễm có thể chuyển nhượng

Hãy trở lại với ví dụ của chúng ta về nhà máy giấy và nhà máy thép, và giả định rằng, bất chấp lời khuyên của các nhà kinh tế, EPA áp đặt luật hiệu chỉnh và yêu cầu mỗi nhà máy giảm ô nhiễm xuống còn 300 tấn tạp chất mỗi năm. Một ngày nọ sau khi luật hiệu chỉnh đã ban hành và cả hai nhà máy đã tuân thủ, hai công ty đến gặp EPA với một đề án. Nhà máy thép muốn tăng mức phát thải tạp chất của nó lên 100 tấn. Nhà máy giấy đã đồng ý giảm phát thải của nó bằng một lượng tương ứng nếu nhà máy thép trả cho nó 5 triệu đô la. Liệu EPA có nên cho phép hai nhà máy thực hiện giao dịch này?

Trên quan điểm hiệu quả kinh tế, cho phép thực hiện giao dịch là một chính sách tốt. Giao dịch này chắc chắn khiến cho chủ sở hữu của hai nhà máy cùng có lợi bởi vì họ tự nguyện đồng ý. Hơn thế nữa, giao dịch này không có tác động ngoại tác nào bởi tổng lượng ô nhiễm vẫn như cũ. Vì vậy, phúc lợi xã hội được gia tăng bằng cách cho phép nhà máy giấy bán quyền gây ô nhiễm của nó cho nhà máy thép.

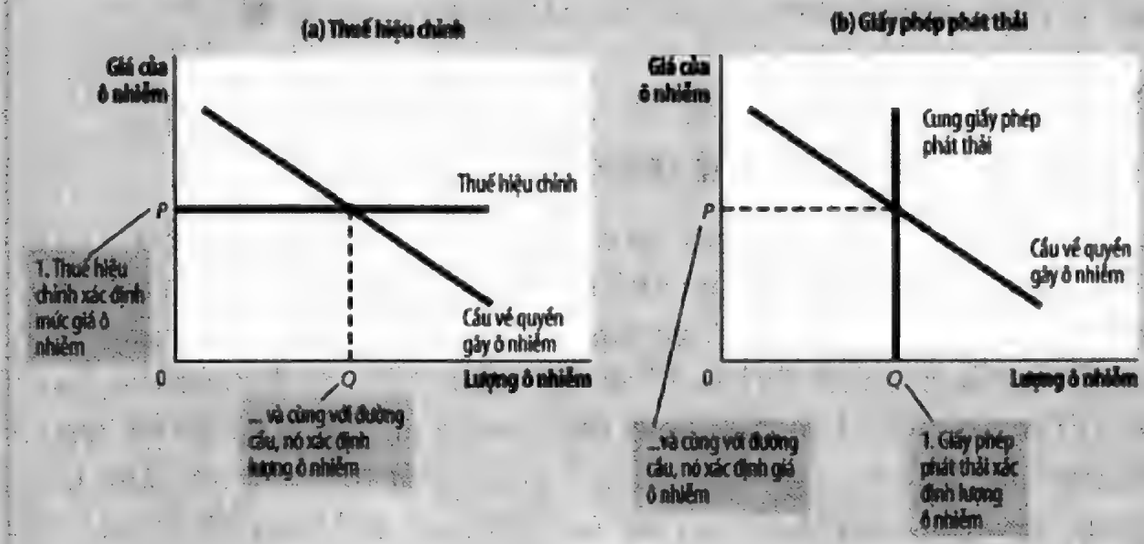
Lý luận tương tự áp dụng cho bất cứ chuyển nhượng tự nguyện nào về quyền gây ô nhiễm từ một công ty sang một công ty khác. Nếu EPA cho phép các công ty thực hiện những giao dịch này, về bản chất EPA sẽ tạo ra một nguồn lực khan hiếm mới: giấy phép gây ô nhiễm. Một thị trường để trao đổi những giấy phép này cuối cùng sẽ phát triển, và thị trường này sẽ được điều khiển bởi lực cung và lực cầu. Bàn tay vô hình sẽ đảm bảo quyền gây ô nhiễm được phân bổ một cách hiệu quả bởi thị trường mới. Tức là, giấy phép sẽ thuộc về những công ty định giá trị nó cao nhất, thể hiện qua mức sẵn lòng trả của họ. Mức sẵn lòng trả cho quyền gây ô nhiễm của một công ty sẽ phụ thuộc vào chi phí giảm ô nhiễm của nó: Chi phí giảm ô nhiễm càng cao, mức sẵn lòng trả của công ty cho giấy phép càng lớn.

Một lợi thế của việc cho phép thị trường cho giấy phép gây ô nhiễm hoạt động là sự phân bổ ban đầu của giấy phép gây ô nhiễm giữa các công ty không quan trọng trên quan điểm hiệu quả kinh tế. Những công ty có thể giảm ô nhiễm với chi phí thấp sẽ bán bất cứ giấy phép nào mà họ có, và những công ty chỉ có thể giảm ô nhiễm với chi phí cao sẽ mua bất cứ giấy phép nào mà họ cần. Miễn là có một thị trường tự do cho quyền gây ô nhiễm, phân bổ cuối cùng sẽ hiệu quả bất kể phân bổ ban đầu có như thế nào đi chăng nữa.

Giảm ô nhiễm bằng giấy phép gây ô nhiễm có vẻ như rất khác so với thuế hiệu chỉnh, nhưng hai chính sách có rất nhiều điểm chung. Trong cả hai trường hợp, các công ty chi trả cho ô nhiễm do họ gây ra. Với thuế hiệu chỉnh, công ty gây ô nhiễm phải đóng thuế cho chính phủ. Với giấy phép gây ô nhiễm, công ty gây ô

Ở hình (a), EPA ấn định một mức giá đối với ô nhiễm bằng cách đánh thuế hiệu chỉnh, và đường cầu xác định mức ô nhiễm. Ở hình (b), EPA giới hạn mức ô nhiễm bằng cách giới hạn số lượng giấy phép gây ô nhiễm, và đường cầu ấn định mức giá của ô nhiễm. Mức giá và mức ô nhiễm là như nhau trong cả hai trường hợp.

Hình 4
Tương đồng giữa thuế hiệu chỉnh và giấy phép phát thải



nhiễm phải trả tiền để mua giấy phép. (Ngay cả những công ty đã có giấy phép phải chi trả để gây ô nhiễm: Chi phí cơ hội của gây ô nhiễm là số tiền họ có thể thu được từ việc bán giấy phép gây ô nhiễm của họ trên thị trường mở.) Cả thuế hiệu chỉnh lẫn giấy phép gây ô nhiễm đều nội hóa ngoại tác của ô nhiễm bằng cách khiến cho việc gây ô nhiễm trở nên đắt đỏ đối với các công ty.

Điểm chung của hai chính sách có thể được minh họa bằng cách xem xét thị trường cho ô nhiễm. Cả hai phần trong Hình 4 đều minh họa đường cầu đối với quyền gây ô nhiễm. Đường cầu này chỉ ra rằng mức giá gây ô nhiễm càng thấp, công ty sẽ chọn gây ô nhiễm nhiều hơn. Trong Hình 4(a), EPA sử dụng thuế hiệu chỉnh để ấn định mức giá cho ô nhiễm. Trong trường hợp này, đường cung đối với quyền gây ô nhiễm là hoàn toàn co giãn (bởi vì các công ty có thể gây ô nhiễm bất kể số lượng nào họ muốn bằng cách đóng thuế), và vị trí của đường cầu xác định mức ô nhiễm. Trong Hình 4(b), EPA ấn định một mức ô nhiễm bằng cách phát hành giấy phép gây ô nhiễm. Trong trường hợp này, đường cung đối với quyền gây ô nhiễm là hoàn toàn không co giãn (bởi vì mức ô nhiễm được cố định bởi số giấy phép), và vị trí của đường cầu ấn định mức giá của ô nhiễm. Vì vậy, EPA có thể đạt được bất cứ điểm nào trên một đường cầu cho trước bằng cách ấn định một mức giá thông qua thuế hiệu chỉnh hoặc ấn định một mức ô nhiễm thông qua giấy phép gây ô nhiễm.

Tuy nhiên, trong một số tình huống, bán giấy phép gây ô nhiễm có thể tốt hơn đánh thuế hiệu chỉnh. Giả sử EPA muốn không có quá 600 tấn tạp chất thải vào dòng sông. Nhưng bởi vì EPA không biết đường cầu đối với ô nhiễm, họ không chắc chắn về mức thuế cần thiết để đạt được mục tiêu đó.

Trong trường hợp này, họ có thể chỉ đơn giản đấu giá 600 giấy phép phát thải. Mức đấu giá sẽ là mức thuế hiệu chỉnh cần thiết.

Ý tưởng về việc chính phủ đấu giá quyền gây ô nhiễm thoạt nghe có thể giống như một sinh vật trong trí tưởng tượng của nhà kinh tế. Và trên thực tế, đó là cách thức mà ý tưởng đã bắt đầu. Nhưng EPA đã sử dụng hệ thống này ngày càng nhiều hơn để kiểm soát ô nhiễm. Một câu chuyện thành công nổi bật là trường hợp lưu huỳnh điôxít (SO_2), một nguyên nhân chính gây ra mưa axít. Vào năm 1990, Luật Không khí Sạch sửa đổi yêu cầu các nhà máy năng lượng giảm phát thải SO_2 một cách đáng kể. Cùng thời điểm đó, luật sửa đổi đã thiết kế một hệ thống cho phép các nhà máy mua bán giấy phép phát thải SO_2 của họ. Ban đầu, cả đại diện ngành năng lượng lẫn các nhà môi trường đều hoài nghi về đề án này, nhưng qua thời gian hệ thống đã giảm ô nhiễm một cách không quá khó khăn. Cũng như thuế hiệu chỉnh, giấy phép gây ô nhiễm hiện nay được công nhận rộng rãi và là một cách thức hiệu quả về mặt chi phí trong việc giữ gìn môi trường sạch sẽ.

Những bất bình đối với phân tích kinh tế về ô nhiễm

"Chúng ta không thể ban cho bất cứ ai quyền được gây ô nhiễm chỉ với một mức phí." Phát biểu này của Thượng nghị sĩ Edmund Muskie phản ánh quan điểm của một số nhà môi trường. Họ tranh cãi rằng không khí sạch và nước sạch là những quyền con người cơ bản và không nên hạ thấp chúng qua việc nhìn nhận chúng bằng giá trị kinh tế. Làm sao bạn có thể đặt một mức giá lên không khí sạch và nước sạch?

Người ta cho rằng môi trường quá quan trọng và chúng ta nên bảo vệ nó càng nhiều càng tốt bất chấp mọi chi phí.

Các nhà kinh tế rất ít đồng cảm với những tranh luận kiểu này. Với các nhà kinh tế, chính sách môi trường tốt bắt đầu bằng việc công nhận nguyên lý đầu tiên của *Mười Nguyên lý của Kinh tế học* trong Chương 1: Con người đối mặt với đánh đổi. Tất nhiên, không khí sạch và nước sạch có giá trị của nó. Nhưng giá trị của nó phải được so sánh với chi phí cơ hội – tức là những gì mà chúng ta phải từ bỏ để đạt được nó. Loại trừ tất cả ô nhiễm là không thể. Cố gắng loại trừ tất cả ô nhiễm sẽ đảo ngược rất nhiều những tiến bộ công nghệ cho phép chúng ta hưởng thụ một mức sống cao. Rất ít người sẽ sẵn lòng chấp nhận nghèo dinh dưỡng, thiếu hụt chăm sóc sức khỏe, hay nhà cửa tồi tàn để làm cho môi trường sạch nhất có thể.

Các nhà kinh tế tranh cãi rằng một số nhà hoạt động môi trường làm tổn hại chính sự nghiệp của họ vì không suy nghĩ theo giá trị kinh tế. Một môi trường trong sạch có thể được nhìn nhận đơn giản là một loại hàng hóa. Như tất cả những hàng hóa thông thường, nó có độ co giãn theo thu nhập dương: Các nước giàu có thể có đủ sức để có môi trường trong sạch hơn các nước nghèo, và vì thế luôn có nhiều chiến lược bảo vệ môi trường nghiêm ngặt hơn. Thêm vào đó, cũng như hầu hết các hàng hóa khác, không khí sạch và nước sạch tuân theo quy luật cầu: Chi phí bảo vệ môi trường càng thấp, người dân sẽ đòi hỏi chúng càng nhiều. Tiếp cận kinh tế với việc sử dụng giấy phép gây ô nhiễm và thuế hiệu chỉnh giảm chi phí bảo vệ môi trường, và vì thế sẽ gia tăng nhu cầu của người dân đối với môi trường trong sạch.

KIỂM TRA NHANH: *Một nhà máy keo dính và một nhà máy thép thải ra khói có chứa một chất hóa học có hại cho con người nếu hít vào một lượng lớn. Mô tả ba cách mà chính quyền thành phố có thể xử lý ngoại tác này. Ưu điểm và nhược điểm của mỗi giải pháp là gì?*

GIẢI PHÁP TƯ ĐỐI VỚI NGOẠI TÁC

Mặc dù ngoại tác có xu hướng làm cho thị trường trở nên không hiệu quả, không phải lúc nào cũng cần đến can thiệp của chính phủ để giải quyết vấn đề. Trong một số trường hợp, người ta có thể phát triển các giải pháp tư.

Các nhóm giải pháp tư

Đôi khi vấn đề ngoại tác được xử lý bằng những quy chuẩn đạo đức và trừng phạt xã hội. Ví dụ, hãy xem xét tại sao người ta không xả rác bừa bãi. Mặc dù có luật cấm xả rác bừa bãi, những đạo luật này không được giám sát thực thi một cách nghiêm ngặt. Hầu hết chúng ta không xả rác bừa bãi vì nó là một điều sai trái. Quy tắc Vàng được dạy cho hầu hết trẻ em nói rằng, "Hãy đối xử với người khác theo cách mà bạn muốn họ đối xử với bạn." Quy tắc đạo đức này khuyên chúng ta nên tính toán đến những ảnh hưởng mà hành động của mình gây ra cho người khác. Theo thuật ngữ kinh tế, nó nói chúng ta phải nội hóa ngoại tác.

Một giải pháp tư khác cho ngoại tác là các tổ chức từ thiện, rất nhiều tổ chức từ thiện được thành lập để ứng phó với ngoại tác. Ví dụ, Câu lạc bộ Sierra với mục tiêu bảo vệ môi trường là một tổ chức phi lợi nhuận được tài trợ bởi những khoản đóng góp từ khu vực tư. Một ví dụ khác là các trường đại học và cao đẳng nhận quà từ cựu sinh viên, doanh nghiệp, và quỹ tài trợ một phần bởi vì giáo dục có ngoại tác tích cực cho xã hội. Chính phủ khuyến khích giải pháp tư này đối với ngoại tác thông qua hệ thống thuế bằng cách cho phép giảm trừ thuế thu nhập đối với các khoản đóng góp từ thiện.

Thị trường tư thường có thể giải quyết vấn đề ngoại tác bằng cách dựa vào tính vị lợi của các bên liên quan. Đôi khi giải pháp có dạng tích hợp lại với nhau nhiều loại hình kinh doanh khác nhau. Ví dụ trường hợp của một người trồng táo và một người nuôi ong có trụ sở sản xuất ở gần nhau. Mỗi nhà sản xuất tạo ra một ngoại tác tích cực cho người còn lại: Bằng cách thụ phấn cho hoa, đàn ong giúp cho vườn cây sản xuất táo. Cùng lúc đó, đàn ong sử dụng mật hoa chúng lấy được từ cây táo để sản xuất ra mật ong. Tuy vậy, khi người trồng táo quyết định trồng bao nhiêu táo và người nuôi ong quyết định nuôi bao nhiêu ong, họ thờ ơ với những ngoại tác tích cực này. Như một hệ quả, người trồng táo trồng quá ít cây và người nuôi ong nuôi quá ít ong. Những ngoại tác này có thể được nội hóa nếu người nuôi ong mua lại vườn táo hoặc người trồng táo mua lại những tổ ong: Cả hai hoạt động sản xuất sau đó sẽ diễn ra trong cùng một công ty, và công ty đơn nhất này sẽ chọn số lượng tối ưu của cây và ong. Nội hóa ngoại tác là một lý do mà một số công ty tham gia vào nhiều loại hình kinh doanh khác nhau.

Một cách khác để thị trường tư xử lý tác động ngoại tác là để cho các bên có lợi ích liên quan tham gia vào một hợp đồng. Trong ví dụ trên, một hợp đồng giữa người trồng táo và người nuôi ong có thể giải quyết vấn đề quá ít cây và quá ít ong. Hợp đồng này có thể xác định số cây, số ong, và có lẽ là một khoản chi trả từ một chủ thể sang một chủ thể khác. Bằng cách xác định đúng số lượng cây và ong, hợp đồng có thể giải quyết sự không hiệu quả thông thường do những ngoại tác gây ra và giúp cho cả hai bên cùng có lợi.

Định lý Coase

Giải pháp tư hiệu lực đến đâu trong việc ứng phó với ngoại tác? Một định lý nổi tiếng, được gọi theo tên nhà kinh tế học Ronald Coase là **định lý Coase**[1], cho rằng giải pháp tư nhân có thể rất hiệu lực trong nhiều trường hợp. Theo định lý Coase, nếu các chủ thể tư có thể thương lượng mà không tốn kém chi phí về sự phân bổ các nguồn lực, thì thị trường tư sẽ luôn giải quyết được vấn đề ngoại tác và phân bổ nguồn lực một cách hiệu quả.

Để minh họa cho sự vận hành của định lý Coase, hãy xem xét ví dụ sau đây. Giả sử Dick có một chú chó tên là Spot. Spot sủa và làm phiền Jane là hàng xóm của Dick. Dick được lợi từ việc nuôi chú chó, nhưng chú chó gây ra một ngoại tác tiêu cực cho Jane. Liệu có nên buộc Dick phải đưa Spot đến trại chó, hay Jane phải chịu đựng những đêm không ngủ được vì tiếng sủa của Spot?

Đầu tiên hãy phân tích xem kết quả nào là hiệu quả về mặt xã hội. Một nhà kế hoạch xã hội khi cân nhắc hai lựa chọn này sẽ so sánh lợi ích mà Dick nhận được từ chú chó và chi phí mà Jane phải chịu đựng từ tiếng sủa. Nếu lợi ích lớn hơn chi phí, thì việc để cho Dick giữ chú chó và Jane sống với tiếng sủa là một phương án hiệu quả. Tất nhiên nếu chi phí lớn hơn lợi ích, Dick phải từ bỏ chú chó.

Theo định lý Coase, thị trường tư sẽ tự đạt được kết quả hiệu quả. Bằng cách nào? Jane có thể chỉ đơn giản trả cho Dick một khoản tiền để từ bỏ chú chó. Dick sẽ chấp nhận nếu số tiền mà Jane đề xuất lớn hơn lợi ích của việc giữ chú chó.

Dick và Jane luôn có thể đạt được đầu ra hiệu quả thông qua việc thương lượng giá cả. Ví dụ, Dick nhận được một khoản lợi ích tương đương 500 đô la từ chú chó và Jane chịu một chi phí tương đương 800 đô la từ tiếng sủa. Trong trường hợp này, Jane có thể đề xuất trả cho Dick 600 đô la để từ bỏ chú chó, và Dick sẽ vui lòng chấp thuận. Cả hai đều có lợi so với trước đó, và thị trường đạt được đầu ra hiệu quả.

Dĩ nhiên, có thể có trường hợp là Jane sẽ không sẵn lòng trả bất cứ mức giá nào mà Dick sẽ chấp nhận. Ví dụ, giả sử Dick nhận được một khoản lợi ích tương đương 1000 đô la từ chú chó và Jane chịu một chi phí tương đương 800 đô la từ tiếng sủa. Trong trường hợp này, Dick sẽ từ chối bất cứ khoản đề nghị nào dưới 1000 đô la, trong khi Jane sẽ không trả bất cứ một khoản nào lớn hơn 800 đô la.

---

1. **Định lý Coase**: định đề cho rằng nếu các chủ thể tư có thể thương lượng mà không tốn kém chi phí về sự phân bổ của các nguồn lực, họ có thể tự giải quyết vấn đề ngoại tác.

Vì vậy, Dick sẽ giữ chú chó. Tuy nhiên, kết quả này là hiệu quả với cấu trúc lợi ích và chi phí như thế.

Đến thời điểm này, chúng ta đang giả định Dick có quyền theo luật pháp được giữ chú chó. Nói một cách khác, chúng ta đang giả định Dick có thể giữ Spot trừ khi Jane trả cho anh ta đủ để khiến anh ta tự nguyện từ bỏ chú chó. Nhưng kết quả sẽ ra sao nếu Jane có quyền theo luật pháp đối với yên tĩnh và hòa bình?

Theo định lý Coase, phân bổ quyền ban đầu không quan trọng đối với khả năng của thị trường trong việc đạt được hiệu quả. Ví dụ, giả sử Jane có thể buộc Dick từ bỏ chú cho dựa vào luật pháp. Quyền này có lợi cho Jane, nhưng nó có lẽ sẽ không thay đổi kết quả. Trong trường hợp này, Dick có thể đề nghị trả cho Jane một khoản để anh ta được giữ chú chó. Nếu lợi ích từ việc giữ chú chó đối với Dick vượt quá chi phí của tiếng sủa đối với Jane, Dick và Jane sẽ đạt được một thỏa thuận để Dick giữ chú chó.

Mặc dù Dick và Jane có thể đạt được đầu ra hiệu quả bất kể quyền được phân phối ban đầu ra sao, sự phân phối quyền ban đầu không phải là không có liên quan: Nó xác định sự phân phối của phúc lợi kinh tế. Việc Dick có quyền giữ một chú chó sủa ầm ĩ hay Jane có quyền đối với hòa bình và yên tĩnh ấn định việc ai trả cho ai trong thương lượng cuối cùng. Nhưng trong cả hai trường hợp, họ có thể thương lượng với nhau và giải quyết vấn đề ngoại tác. Dick cuối cùng sẽ giữ chú chó khi và chỉ khi lợi ích lớn hơn chi phí.

Tóm lại: *Định lý Coase cho rằng các chủ thể kinh tế tư nhân có tiềm năng tự giải quyết vấn đề ngoại tác. Bất kể sự phân phối quyền ban đầu ra sao, những chủ thể có lợi ích liên quan có thể đạt được một thương lượng mà tất cả cùng có lợi và đầu ra là hiệu quả.*

Tại sao giải pháp tư không phải lúc nào cũng thành công

Mặc dù logic của định lý Coase rất hấp dẫn, các chủ thể tư thường không thể tự giải quyết các vấn đề do ngoại tác gây ra. Định lý Coase chỉ áp dụng khi các bên có lợi ích liên quan không gặp phải vấn đề gì trong việc thương lượng và thực thi một thỏa thuận. Tuy nhiên, trên thực tế, thương lượng không phải lúc nào cũng thành công, ngay cả khi có thể đạt được một thỏa thuận có lợi cho đôi bên.

Đôi khi các bên có lợi ích liên quan không thể giải quyết vấn đề ngoại tác vì **chi phí giao dịch**[1], chi phí mà các bên liên quan phải chịu trong quá trình đàm phán và thực hiện một thỏa thuận.

Trong ví dụ trên, giả sử Dick và Jane sử dụng những ngôn ngữ khác nhau và để đạt được thỏa thuận họ phải thuê một thông dịch viên. Nếu lợi ích của việc giải quyết được vấn đề chó sủa thấp hơn chi phí thông dịch viên, Dick và Jane có thể sẽ chọn không phải quyết vấn đề. Trong những ví dụ thực tế hơn, chi phí giao

1. **Chi phí giao dịch**: chi phí mà các bên liên quan phải chịu trong quá trình đàm phán và thực hiện một thỏa thuận.

dịch không chỉ là chi phí thông dịch viên mà còn là luật sư soạn thảo và thực thi hợp đồng.

Trong một số trường hợp khác, thỏa thuận chỉ đơn giản sụp đổ. Sự tái diễn của chiến tranh và lao động đình công cho thấy có thể rất khó để đạt được thỏa thuận và thất bại trong việc đạt được thỏa thuận có thể rất tai hại. Vấn đề thường gặp là mỗi bên liên quan không nhượng bộ để có thể có một kết quả tốt hơn cho mình. Ví dụ, giả sử Dick nhận được một khoản lợi ích tương đương 500 đô la từ chú chó và Jane chịu một chi phí tương đương 800 đô la từ tiếng sủa. Mặc dù sẽ hiệu quả nếu Jane trả cho Dick để từ bỏ chú chó, có rất nhiều mức giá có thể đưa đến kết quả này. Dick có thể đòi 750 đô la, và Jane có thể chỉ để xuất 550 đô la. Trong khi họ mặc cả về mức giá, sự không hiệu quả đến từ con chó sủa ầm ĩ vẫn kéo dài.

Đạt được một thỏa thuận hiệu quả sẽ cực kỳ khó khi số lượng các bên có lợi ích liên quan quá lớn bởi vì sẽ rất tốn kém để phối hợp mọi người lại với nhau. Ví dụ, giả sử một nhà máy gây ô nhiễm nguồn nước của một cái hồ bên cạnh. Sự ô nhiễm gây ra một ngoại tác tiêu cực cho những ngư dân ở xung quanh. Theo định lý Coase, nếu sự ô nhiễm là không hiệu quả, nhà máy và các ngư dân sẽ đạt được một thỏa thuận mà các ngư dân trả cho nhà máy để không gây nhiễm nữa. Tuy nhiên, hầu như sẽ là không thể để phối hợp các ngư dân lại với nhau và thương lượng với nhà máy nếu có quá nhiều ngư dân.

Khi thương lượng của khu vực tư không thành công, chính phủ đôi khi có thể có vai trò quan trọng. Chính phủ là một thể chế được thiết kế cho các hành động tập thể. Trong ví dụ này, chính phủ có thể đại diện cho các ngư dân, ngay cả khi việc các ngư dân tự mình hành động là không thực tế.

KIỂM TRA NHANH: *Cho một ví dụ về giải pháp tư đối với ngoại tác. • Định lý Coase là gì? • Tại sao các chủ thể kinh tế tư nhân có liên quan đôi khi không thể giải quyết các vấn đề do ngoại tác gây ra?*

KẾT LUẬN

Bàn tay vô hình quyền uy nhưng không tuyệt đối. Một cân bằng thị trường tối đa hóa tổng thặng dư tiêu dùng và sản xuất. Khi người mua và người bán trong thị trường là những bên có lợi ích liên quan duy nhất, kết quả này là hiệu quả trên quan điểm của toàn xã hội. Nhưng khi có tác động ngoại tác như ô nhiễm, đánh giá một kết quả thị trường đòi hỏi phải tính toán thêm phúc lợi của các bên thứ ba. Trong trường hợp này, bàn tay vô hình của thị trường có thể thất bại trong việc phân bổ nguồn lực một cách hiệu quả.

Trong một số trường hợp, người ta có thể tự giải quyết vấn đề ngoại tác. Định lý Coase cho rằng các bên có lợi ích liên quan có thể thương lượng với nhau và đi đến một giải pháp hiệu quả. Tuy nhiên, đôi khi không thể đạt được một đầu ra hiệu quả, có lẽ bởi vì số lượng các bên có lợi ích liên quan quá lớn gây khó khăn cho việc thương lượng.

Khi người ta không thể tự giải quyết các vấn đề ngoại tác, chính phủ thường can thiệp. Tất nhiên ngay cả khi có can thiệp của chính phủ, xã hội không nên từ bỏ hoàn toàn những quy luật thị trường. Trái lại, chính phủ có thể ứng phó với ngoại tác bằng cách yêu cầu các chủ thể ra quyết định chịu toàn bộ chi phí cho hành động của họ. Ví dụ, thuế hiệu chỉnh đối với phát thải và giấy phép gây ô nhiễm được thiết kế để nội hóa ngoại tác của ô nhiễm. Hơn thế nữa, đây cũng là những lựa chọn chính sách cho những ai quan tâm đến việc bảo vệ môi trường. Quy luật thị trường, nếu được tái định hướng một cách đúng đắn, thường là giải pháp tốt nhất cho thất bại thị trường.

TÓM TẮT

- Khi một giao dịch giữa người bán và người mua trực tiếp ảnh hưởng một đối tượng thứ ba, tác động đó được gọi là ngoại tác. Nếu một hoạt động gây ra ngoại tác tiêu cực như ô nhiễm, mức tối ưu xã hội trong thị trường thấp hơn mức cân bằng thị trường. Nếu một hoạt động có ngoại tác tích cực như tác động lan tỏa công nghệ, mức tối ưu xã hội lớn hơn mức cân bằng.
- Chính phủ có nhiều chính sách để ứng phó với sự không hiệu quả gây ra bởi ngoại tác. Đôi khi chính phủ ngăn chặn các hoạt động không hiệu quả trên quan điểm xã hội bằng cách ra luật hiệu chỉnh hành vi. Đôi khi chính phủ nội hóa ngoại tác bằng cách sử dụng thuế hiệu chỉnh. Một chính sách công khác là phát hành giấy phép. Ví dụ, chính phủ có thể bảo vệ môi trường bằng cách phát hành một số lượng giới hạn giấy phép phát thải. Kết quả của chính sách này hầu như tương đương với việc đánh thuế hiệu chỉnh lên những người gây ô nhiễm.
- Những người bị ảnh hưởng bởi ngoại tác đôi khi có thể tự giải quyết vấn đề với nhau. Ví dụ khi một hoạt động kinh doanh gây ra ngoại tác cho một hoạt động kinh doanh khác, hai hoạt động này có thể sáp nhập với nhau. Một cách khác là các bên có lợi ích liên quan có thể giải quyết vấn đề bằng cách thương lượng một hợp đồng. Theo định lý Coase, nếu người ta có thể thương lượng mà không tốn kém chi phí, họ luôn có thể đạt được một thỏa thuận để phân bổ nguồn lực một cách hiệu quả. Tuy nhiên, trong nhiều trường hợp, định lý Coase không thể được áp dụng vì quá khó khăn để có thể đạt được một thỏa thuận giữa các bên có lợi ích liên quan.

KHÁI NIỆM THEN CHỐT

Ngoại tác	externality
Nội hóa ngoại tác	internalizing the externality
Thuế hiệu chỉnh	corrective tax
Định lý Coase	Coase theorem
Chi phí giao dịch	transaction costs

CÂU HỎI ÔN TẬP

1. Ngoại tác tiêu cực là gì?
2. Vẽ một biểu đồ cung cầu để giải thích tác động của ngoại tác tiêu cực gây ra bởi quá trình sản xuất của một công ty.
3. Hệ thống bản quyền giúp xã hội giải quyết vấn đề ngoại tác bằng cách nào?
4. Thuế hiệu chỉnh là gì? Tại sao các nhà kinh tế thích sử dụng chúng hơn là luật điều chỉnh để bảo vệ môi trường khỏi ô nhiễm?
5. Kể ra một số cách mà các vấn đề do ngoại tác gây ra có thể được giải quyết mà không cần đến can thiệp của chính phủ.
6. Giả sử bạn là một người không hút thuốc đang sống chung phòng với một người hút thuốc. Theo định lý Coase, điều gì quyết định việc bạn cùng phòng của bạn hút thuốc trong phòng hay không? Kết quả này có hiệu quả? Bạn và người bạn này đạt được giải pháp này như thế nào?

BÀI TẬP VÀ ỨNG DỤNG

1. Hãy xem xét hai cách để bảo vệ xe hơi của bạn khỏi những tên trộm. Khóa bánh xe Club gây khó khăn cho tên trộm nếu muốn lấy xe của bạn. Hệ thống theo dõi Lojack giúp cho cảnh sát bắt tên trộm xe dễ dàng hơn. Phương pháp nào gây ra ngoại tác tiêu cực cho những chủ xe khác? Phương pháp nào đem lại ngoại tác tích cực? Bạn có nghĩ rằng phân tích của bạn có ngụ ý chính sách gì không?
2. Bạn có đồng ý với những phát biểu sau đây? Tại sao?
   a. "Lợi ích của thuế hiệu chỉnh để giảm thiểu ô nhiễm phải được cân nhắc với những tổn thất vô ích mà nó gây ra."
   b. "Khi quyết định có đánh thuế hiệu chỉnh lên người tiêu dùng và nhà sản xuất hay không, chính phủ phải cẩn thận để đánh thuế lên phía gây ra ngoại tác."
3. Mỗi sự kiện nào dưới đây tạo ra ngoại tác tích cực, gây ra ngoại tác tiêu cực, hay không có ngoại tác nào cả? Giải thích.
   a. chó sủa ở sau nhà.
   b. tiệc trong ký túc xá sinh viên
   c. sinh viên đọc tiểu thuyết trong phòng mình
   d. chủ nhà sơn sửa nhà
   e. sinh viên được tiêm phòng sởi
   f. người hàng xóm chấp nhận một khoản chi trả tương đương 1.000 đô la để cho phép hàng xóm của ông ta tổ chức một bữa tiệc ngoài trời có một ban nhạc sống ồn ào

4. Một công ty kịch đề xuất xây dựng một rạp hát mới ở vùng San Francisco. Trước khi chấp thuận giấy phép xây dựng, nhà kế hoạch của thành phố thực hiện một nghiên cứu về tác động của rạp hát đến cộng đồng xung quanh.
   a. Nghiên cứu phát hiện rằng rạp hát thu hút nhiều xe cộ, vì thế ảnh hưởng bất lợi đến cộng đồng. Nhà kế hoạch ước lượng chi phí đối với cộng đồng từ xe cộ tăng thêm là 5 đô la trên mỗi tấm vé. Đây là ngoại tác gì? Tại sao?
   b. Vẽ biểu đồ thị trường đối với vé rạp hát, đánh dấu đường cầu, đường giá trị xã hội, đường cung, đường chi phí xã hội, mức sản lượng cân bằng thị trường, và mức sản lượng hiệu quả. Chỉ ra lượng ngoại tác trên mỗi đơn vị.
   c. Sau khi nghiên cứu kỹ hơn, nhà kế hoạch thành phố phát hiện một ngoại tác thứ hai. Tập dợt cho mỗi vở kịch có xu hướng kéo dài đến khuya, và diễn viên, kỹ thuật viên, và các thành viên khác của rạp hát đến và đi vào những giờ khác nhau. Nhà kế hoạch đã phát hiện ra rằng mật độ đi bộ gia tăng cải thiện sự an toàn của đường phố xung quanh, lợi ích ước lượng cho cộng đồng là 2 đô la trên mỗi tấm vé. Đây là ngoại tác gì? Tại sao?
   d. Dùng một đồ thị mới để minh họa thị trường vé rạp hát trong trường hợp có hai ngoại tác này. Một lần nữa, đánh dấu đường cầu, đường giá trị xã hội, đường cung, đường chi phí xã hội, mức sản lượng cân bằng thị trường, mức sản lượng hiệu quả, và lượng ngoại tác trên mỗi đơn vị của cả hai ngoại tác.
   d. Mô tả một chính sách của chính phủ giúp đạt được đầu ra hiệu quả.
5. Tiêu dùng rượu nhiều hơn dẫn đến nhiều tai nạn mô tô hơn và vì thế gây ra chi phí cho những người không uống và không lái xe.
   a. Mô tả thị trường rượu, đánh dấu đường cầu, đường giá trị xã hội, đường cung, đường chi phí xã hội, mức sản lượng cân bằng thị trường, và mức sản lượng hiệu quả.
   b. Trên đồ thị của bạn, tô đậm vùng tương ứng với tổn thất vô ích của cân bằng thị trường. (Gợi ý: Tổn thất vô ích xảy ra bởi vì một số lượng rượu được tiêu dùng có chi phí xã hội cao hơn giá trị xã hội.) Giải thích.
6. Rất nhiều nhà quan sát tin rằng mức độ ô nhiễm trong xã hội là quá cao.
   a. Nếu xã hội muốn giảm tổng mức ô nhiễm một lượng nhất định nào đó, tại sao sẽ là hiệu quả nếu mỗi công ty khác nhau thực hiện những mức giảm khác nhau.
   b. Cách tiếp cận mệnh lệnh và kiểm soát thường dựa vào một mức giảm như nhau cho các công ty. Tại sao cách tiếp cận này thường không thể nhắm vào những công ty nên thực hiện những mức giảm lớn hơn?
   c. Các nhà kinh tế tranh cãi rằng các mức thuế hiệu chỉnh phù hợp và giấy phép gây ô nhiễm có thể chuyển nhượng sẽ dẫn đến giảm ô nhiễm hiệu

quả. Cách tiếp cận này nhắm vào những công ty nên thực hiện những mức giảm lớn hơn bằng cách nào?

7. Rất nhiều cư dân đồng nhất của vùng Whoville thích uống Zlurp. Mỗi người dân có mức sẵn lòng trả cho loại thức uống hấp dẫn này như sau:

Chai thứ nhất	$5
Chai thứ hai	4
Chai thứ ba	3
Chai thứ tư	2
Chai thứ năm	1
Chai thứ sáu	0

   a. Chi phí sản xuất Zlurp là 1,50 đô la, và các nhà cung ứng cạnh tranh bán nó tại mức giá này. (Đường cung nằm ngang.) Mỗi người dân Whoville sẽ tiêu dùng bao nhiêu chai? Thặng dư tiêu dùng của mỗi người là bao nhiêu?

   b. Sản xuất Zlurp gây ra ô nhiễm. Mỗi chai có một chi phí ngoại tác là 1 đô la. Tính thêm chi phí tăng thêm này, tổng thặng dư trên mỗi người trong sự phân phối mà bạn mô tả ở Câu (a) là bao nhiêu?

   c. Cindy Lou là một trong những cư dân vùng Whoville quyết định giảm tiêu dùng Zlurp của cô ấy một chai. Điều gì sẽ xảy ra với phúc lợi của Cindy (thặng dư tiêu dùng của cô ấy trừ đi chi phí ô nhiễm cô ấy phải chịu)? Quyết định của Cindy ảnh hưởng tổng thặng dư ở Whoville như thế nào?

   d. Thị trưởng Grinch đánh thuế 1 đô la lên mỗi chai Zlurp. Tiêu dùng của mỗi người dân bây giờ là bao nhiêu? Tính toán thặng dư tiêu dùng, chi phí ngoại tác, doanh thu chính phủ, và tổng thặng dư trên mỗi người dân.

   e. Dựa trên tính toán của mình, bạn có ủng hộ chính sách của ngài thị trưởng? Tại sao?

8. Giả sử một người rất yêu vườn cây. Cô ấy sử dụng thuốc trừ sâu và thuốc bay sang sân nhà hàng xóm. Giá trị của việc sử dụng thuốc trừ sâu đối với người làm vườn là 1.500 đô la. Giá trị của không khí sạch đối với người hàng xóm là 2.000 đô la.

   a. Nếu người làm vườn có quyền tự do sử dụng thuốc trừ sâu, những tiên đoán của định lý Coase sẽ diễn ra như thế nào?

   b. Nếu người hàng xóm có quyền với không khí sạch, những tiên đoán của định lý Coase sẽ diễn ra như thế nào?

   c. Giải pháp cho vấn đề ở trên có phụ thuộc vào sự phân phối của quyền tài sản hay không? Tức là, nó có phụ thuộc vào việc ai có quyền gây ô nhiễm hoặc sống ô nhiễm một cách tự do?

d. Định lý Coase nói rằng các bên liên quan trong khu vực tư có thể tự giải quyết vấn đề ngoại tác *nếu họ có thể thương lượng mà không tốn kém chi phí*. Chi phí thương lượng bao nhiêu thì sẽ loại trừ khả năng cho một giải pháp tư?

9. Hình 4 chỉ ra rằng với bất kỳ đường cầu nào đối với quyền gây ô nhiễm, chính phủ có thể đạt được kết quả như nhau bằng cách ấn định một mức giá bằng thuế hiệu chỉnh hoặc ấn định sản lượng bằng giấy phép gây ô nhiễm. Giả sử có một sự tiến bộ vượt bậc trong công nghệ kiểm soát ô nhiễm.
   a. Sử dụng những đồ thị tương tự với Hình 4, minh họa tác động của tiến bộ công nghệ này lên cầu đối với quyền gây ô nhiễm.
   b. Tác động lên mức giá và số lượng ô nhiễm trong mỗi hệ thống hiệu chỉnh ra sao? Giải thích.
10. Giả sử chính phủ quyết định phát hành giấy phép có thể chuyển nhượng cho một loại ô nhiễm nào đó.
   a. Có sự khác biệt nào đối với hiệu quả kinh tế không nếu chính phủ phân phát hoặc đấu giá giấy phép? Tại sao?
   b. Nếu chính phủ quyết định phân phối giấy phép, sự phân phối giấy phép giữa các công ty có ảnh hưởng đến hiệu quả? Tại sao?
11. Có ba nhà máy trong Thung lũng Hạnh phúc.

Nhà máy	Mức Ô nhiễm Ban đầu	Chi phí Giảm Ô nhiễm 1 Đơn vị
A	70 đơn vị	20 đô la
B	80 đơn vị	25 đô la
C	50 đơn vị	10 đô la

Chính phủ muốn giảm ô nhiễm xuống còn 120 đơn vị, vì thế chính phủ phát cho mỗi công ty 40 giấy phép gây ô nhiễm có thể chuyển nhượng.

   a. Công ty nào sẽ bán và bán bao nhiêu giấy phép? Công ty nào sẽ mua và mua bao nhiêu giấy phép? Giải thích ngắn gọn tại sao người bán và người mua sẵn lòng làm như vậy. Tổng chi phí giảm thiểu ô nhiễm trong trường hợp này là bao nhiêu?
   b. Nếu giấy phép không thể chuyển nhượng, chi phí giảm ô nhiễm sẽ cao hơn bao nhiêu?

Để biết thêm thông tin về chủ đề của chương này, hãy ghé thăm website của chúng tôi tại www.cengage.com/international để xem thêm bài tập, ứng dụng, ví dụ, các bài kiểm tra trực tuyến và các nội dung khác.

11

HÀNG HÓA CÔNG VÀ NGUỒN LỰC CHUNG

Một bài hát cổ điển có nói rằng "những điều tốt đẹp nhất trên cuộc đời này là miễn phí." Một thoáng nghiền ngẫm sẽ cung cấp cho chúng ta một danh sách dài những điều tốt đẹp mà tác giả của bài hát trên có thể đã liên tưởng đến. Thế giới tự nhiên cung cấp một số điều tốt đẹp đó, ví dụ như sông, núi, ao, hồ, và đại dương. Chính phủ cung cấp một số điều khác như sân chơi, công viên, và những buổi lễ. Trong mỗi ví dụ trên, con người ta không phải trả phí khi họ muốn thụ hưởng lợi ích của hàng hóa.

Những hàng hóa không có giá là một thử thách đặc biệt đối với phân tích kinh tế. Hầu hết các hàng hóa trong nền kinh tế được phân bổ qua các thị trường trong đó người mua chi trả cho những gì họ nhận được và người bán được chi trả cho những gì họ cung cấp. Đối với những hàng hóa này, giá cả là tín hiệu hướng dẫn quyết định của người mua và người bán, và những quyết định này dẫn đến sự phân bổ hiệu quả các nguồn lực. Tuy nhiên, khi hàng hóa là miễn phí, các quy luật thị trường thường phân bổ các nguồn lực trong nền kinh tế sẽ vắng mặt.

Trong chương này, chúng ta phân tích các vấn đề trong việc phân bổ nguồn lực khi hàng hóa không có giá cả thị trường. Phân tích của chúng ta sẽ làm rõ hơn một trong *Mười Nguyên lý của Kinh tế học* ở Chương 1: Chính phủ đôi khi có thể cải thiện kết quả thị trường. Khi một hàng hóa không có giá cả đi kèm, các thị trường tư không thể đảm bảo rằng hàng hóa được sản xuất và tiêu dùng ở mức sản lượng hợp lý. Trong những trường hợp đó, chính sách chính phủ có tiềm năng chữa trị thất bại thị trường và gia tăng phúc lợi kinh tế.

CÁC LOẠI HÀNG HÓA

Thị trường thực hiện tốt đến đâu chức năng cung cấp các hàng hóa mà con người ta mong muốn? Câu trả lời phụ thuộc vào từng hàng hóa cụ thể. Như đã thảo luận ở Chương 7, thị trường có thể cung cấp sản lượng hiệu quả của kem: Giá của kem điều chỉnh để cân bằng cung và cầu, và điểm cân bằng này tối đa hóa tổng thặng dư của người tiêu dùng và nhà sản xuất. Tất nhiên như chúng ta đã thảo luận ở Chương 10, không thể dựa vào thị trường để ngăn chặn các nhà sản xuất nhôm

làm ô nhiễm bầu không khí mà chúng ta hít thở: Người bán và người mua trong thị trường thường không tính toán đến các tác động ngoại tác mà hành động của họ gây ra. Vì thế, thị trường hoạt động tốt khi hàng hóa là kem, và hoạt động rất tồi khi hàng hóa là không khí sạch.

Khi xem xét các hàng hóa đa dạng trong nền kinh tế, sẽ rất tiện ích nếu phân loại chúng theo hai đặc tính:

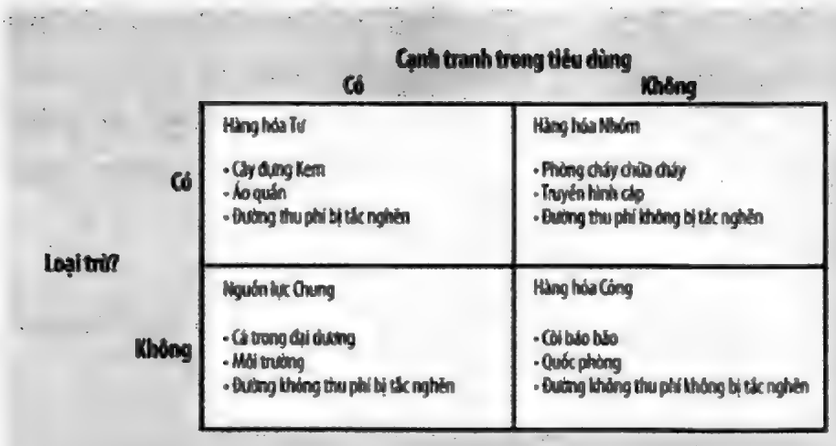
- Hàng hóa có **tính loại trừ**[1] không? Tức là, có thể ngăn chặn người ta sử dụng hàng hóa hay không?
- Hàng hóa có **tính cạnh tranh trong tiêu dùng**[2] không? Tức là, việc sử dụng của một người có ảnh hưởng đến khả năng sử dụng của người khác không?

Sử dụng hai đặc tính này, Hình 1 phân chia các hàng hóa thành bốn nhóm:

1. **Hàng hóa tư**[3] có cả tính loại trừ lẫn tính cạnh tranh trong tiêu dùng. Ví dụ như kem. Kem có tính loại trừ vì có thể ngăn chặn một người nào đó ăn nó – bạn chỉ đơn giản đừng đưa nó cho người ta. Kem có tính cạnh tranh trong tiêu dùng vì nếu một người ăn một que kem, người khác sẽ không thể ăn nó nữa. Hầu hết các hàng hóa trong nền kinh tế là hàng hóa tư như kem: Bạn không sở hữu hàng hóa trừ khi bạn trả tiền, và bạn là người duy nhất hưởng lợi một khi bạn sở hữu hàng hóa đó. Chúng ta đã ngầm giả định hàng hóa có tính loại trừ lẫn cạnh tranh trong tiêu dùng khi chúng ta phân tích cung và cầu ở Chương 4, 5, và 6 và tính hiệu quả của thị trường ở Chương 7, 8, và 9.
2. **Hàng hóa công**[4] không có tính loại trừ lẫn cạnh tranh trong tiêu dùng. Tức là, không thể ngăn chặn người ta tiêu dùng hàng hóa công, và việc sử dụng hàng hóa công của một người không làm giảm khả năng sử dụng hàng hóa đó của người khác. Ví dụ như còi báo bão trong một thị trấn nhỏ là một hàng hóa công. Một khi chiếc còi kêu lên, việc ngăn chặn một người nào đó nghe nó là điều không thể (vì thế nó không có tính loại trừ). Hơn thế nữa, khi một người thụ hưởng lợi ích của còi báo động, họ không làm giảm lợi ích thụ hưởng của bất cứ ai khác (vì thế nó không cạnh tranh trong tiêu dùng).
3. **Các nguồn lực chung**[5] có tính cạnh tranh trong tiêu dùng nhưng không có tính loại trừ. Ví dụ như cá dưới đại dương có tính cạnh tranh trong tiêu dùng: Khi một người bắt cá, sẽ có ít cá hơn cho người đánh bắt tiếp theo.

---

1. **Tính loại trừ**: thuộc tính của một hàng hóa theo đó một người có thể bị ngăn cản sử dụng hàng hóa đó.
2. **Tính cạnh tranh trong tiêu dùng**: thuộc tính của một hàng hóa theo đó việc tiêu dùng của một người làm giảm khả năng tiêu dùng hàng hóa đó của người khác.
3. **Hàng hóa tư**: hàng hóa có tính loại trừ và cạnh tranh trong tiêu dùng.
4. **Hàng hóa công**: hàng hóa không có tính loại trừ lẫn cạnh tranh trong tiêu dùng.
5. **Nguồn lực chung**: hàng hóa có tính cạnh tranh trong tiêu dùng nhưng không có tính loại trừ.



Hình 1

Bốn nhóm hàng hóa

Các hàng hóa có thể được phân làm bốn nhóm theo hai đặc tính: (1) Một hàng hóa có *tính loại trừ* nếu có thể ngăn chặn người ta sử dụng nó. (2) Một hàng hóa có *tính cạnh tranh trong tiêu dùng* nếu việc sử dụng của người này làm giảm khả năng sử dụng của người khác. Biểu đồ bên cung cấp ví dụ về hàng hóa thuộc mỗi nhóm.

Tất nhiên, những con cá này không có tính loại trừ bởi vì, với sự mênh mông của đại dương, rất khó ngăn chặn người ta đánh bắt cá.

4. **Hàng hóa nhóm**[1] có tính loại trừ nhưng không có tính cạnh tranh trong tiêu dùng. Ví dụ như phòng cháy chữa cháy trong một thị trấn nhỏ. Rất dễ để loại trừ một ai đó sử dụng hàng hóa này: Đơn vị phòng cháy chữa cháy chỉ đơn giản để cho nhà họ cháy trụi. Tất nhiên, phòng cháy chữa cháy không cạnh tranh trong tiêu dùng: Một khi thị trấn đã chi trả cho đơn vị phòng cháy chữa cháy, chi phí tăng thêm cho việc bảo vệ một căn nhà là rất nhỏ. (Khi thảo luận về hàng hóa nhóm một lần nữa trong Chương 15, chúng ta sẽ thấy rằng nó là một loại *độc quyền tự nhiên*.)

Mặc dù Hình 1 cung cấp một sự phân chia rõ ràng của các hàng hóa thành bốn nhóm, ranh giới giữa các nhóm này đôi khi rất mờ nhạt. Các hàng hóa có tính loại trừ hay tính cạnh tranh trong tiêu dùng thường là một vấn đề mang tính cấp độ. Cá trong đại dương có thể không có tính loại trừ bởi vì rất khó để kiểm soát đánh bắt cá, nhưng một số lượng cảnh sát biển đủ lớn có thể khiến cho cá có tính loại trừ, ít nhất là một phần nào đó. Tương tự, mặc dù cá có tính cạnh tranh trong tiêu dùng, đặc tính này sẽ mờ nhạt hơn nếu số lượng người đánh bắt cá nhỏ một cách tương đối so với số lượng cá. (Hãy liên tưởng đến các vùng đánh bắt cá ở Bắc Mỹ trước khi có sự đổ bộ của người châu Âu.) Tuy nhiên, với mục đích phân tích của chúng ta, phân loại các hàng hóa vào bốn nhóm này sẽ rất tiện lợi.

Trong chương này, chúng ta phân tích các hàng hóa không có tính loại trừ: hàng hóa công và nguồn lực chung. Những hàng hóa này là miễn phí với tất cả mọi người bởi vì không thể ngăn chặn người ta tiêu dùng chúng. Nghiên cứu hàng hóa công và các nguồn lực chung có quan hệ mật thiết với nghiên cứu về ngoại tác. Với cả hai nhóm hàng hóa này, ngoại tác xuất hiện bởi vì một thứ gì đó có giá trị nhưng lại không có giá cả đi kèm. Nếu một người cung cấp một hàng hóa công như còi báo bão, những người khác sẽ trở nên hạnh phúc hơn. Họ sẽ hưởng lợi mà không chi trả – đây là một ngoại tác tích cực. Tương tự, khi một người sử dụng một nguồn lực chung như cá trong đại dương, những người khác

1. **Hàng hóa nhóm**: hàng hóa có tính loại trừ nhưng không có tính cạnh tranh trong tiêu dùng.

sẽ bị xấu đi bởi vì có ít cá hơn cho việc đánh bắt. Họ chịu mất mát nhưng không được đền bù – đây là một ngoại tác tiêu cực. Bởi vì những tác động ngoại tác này, các quyết định trong khu vực tư về tiêu dùng và sản xuất có thể dẫn đến phân bổ nguồn lực không hiệu quả, và can thiệp của chính phủ có tiềm năng gia tăng phúc lợi kinh tế.

KIỂM TRA NHANH: *Định nghĩa hàng hóa công và nguồn lực chung và cho ví dụ mỗi loại.*

HÀNG HÓA CÔNG

Để hiểu hàng hóa công khác với các loại hàng hóa khác như thế nào và tại sao chúng là một vấn đề của xã hội, hãy xem xét ví dụ về trình diễn pháo hoa. Hàng hóa này không có tính loại trừ bởi vì không thể ngăn chặn bất cứ ai nhìn thấy pháo hoa, và nó không có tính cạnh tranh trong tiêu dùng vì việc hưởng thụ pháo hoa của một người không làm giảm sự hưởng thụ của bất cứ ai khác.

Vấn đề kẻ thụ hưởng miễn phí

Các công dân của thị trấn Bé Nhỏ, Hoa Kỳ, thích xem pháo hoa vào ngày Bốn tháng Bảy. Mỗi người trong 500 dân cư định giá trị cho trải nghiệm này là 10 đô la và tổng lợi ích là 5.000 đô la. Chi phí tổ chức một buổi trình diễn pháo hoa là 1000 đô la. Bởi vì 5.000 đô la lợi ích vượt quá 1.000 đô la chi phí, việc tổ chức trình diễn pháo hoa ở thị trấn Bé Nhỏ vào ngày Bốn tháng Bảy là hiệu quả.

Liệu thị trường tư có mang lại đầu ra hiệu quả này? Có thể không. Hãy hình dung rằng Ellen, một doanh nhân ở thị trấn Bé Nhỏ, quyết định tổ chức buổi trình diễn pháo hoa. Ellen chắc chắn sẽ gặp rắc rối trong việc bán vé cho sự kiện này vì các khách hàng tiềm năng của cô ấy sẽ nhanh chóng nhận ra họ có thể xem pháo hoa mà không cần phải có vé. Bởi vì pháo hoa không có tính loại trừ, con người ta có động cơ thụ hưởng miễn phí. Một **kẻ thụ hưởng miễn phí**[1] là một người thu được lợi ích từ một hàng hóa nhưng không chi trả cho nó. Bởi vì con người ta sẽ có động cơ thụ hưởng miễn phí hơn là mua vé, thị trường sẽ thất bại trong việc mang lại đầu ra hiệu quả.

Một cách để nhìn nhận loại thất bại thị trường này là nó xuất hiện bởi vì ngoại tác. Nếu Ellen tổ chức trình diễn pháo hoa, cô ấy đem lại một lợi ích ngoại tác cho những ai xem pháo hoa mà không chi trả cho nó. Tuy nhiên, khi quyết định liệu có tổ chức trình diễn hay không, Ellen không tính toán lợi ích ngoại tác này. Mặc dù trình diễn pháo hoa là đáng mong muốn về mặt xã hội, nó không có lợi nhuận. Hệ quả là Ellen thực hiện quyết định không tổ chức trình diễn, một quyết định hợp lý trên quan điểm cá nhân nhưng không hiệu quả trên quan điểm xã hội.

---

1. **Kẻ thụ hưởng miễn phí**: người thu được lợi ích từ một hàng hóa nhưng không trả tiền.

Mặc dù thị trường tự do thất bại trong việc cung cấp trình diễn pháo hoa theo nhu cầu của các công dân thị trấn Bé Nhỏ, giải pháp cho vấn đề này của thị trấn Bé Nhỏ rất đơn giản: Chính quyền thị trấn có thể tài trợ lễ kỷ niệm ngày Bốn tháng Bảy. Hội đồng thành phố có thể thu thuế mỗi người 2 đô la và sử dụng tiền thu được để đặt hàng Ellen sản xuất pháo hoa. Tất cả mọi người trong thị trấn Bé Nhỏ sẽ có lợi 8 đô la – tức là 10 đô la giá trị của pháo hoa trừ đi 2 đô la tiền thuế. Ellen có thể giúp thị trấn Bé Nhỏ đạt được đầu ra hiệu quả như là một quan chức chính phủ mặc dù cô ấy không thể làm điều tương tự với tư cách là một doanh nhân.

Câu chuyện của thị trấn Bé Nhỏ tuy bị đơn giản hóa nhưng rất thực tiễn. Thực sự là rất nhiều chính quyền địa phương ở Hoa Kỳ chi trả cho pháo hoa vào ngày Bốn tháng Bảy. Hơn thế nữa, câu chuyện chỉ ra một bài học tổng quát về hàng hóa công: Bởi vì hàng hóa công không có tính loại trừ, vấn đề kẻ thụ hưởng miễn phí ngăn cản thị trường tự do cung cấp chúng. Tuy nhiên, chính phủ có tiềm năng chữa trị vấn đề này. Nếu tổng lợi ích của một hàng hóa công vượt quá chi phí cung cấp nó, chính phủ có thể cung cấp nó bằng tiền thu thuế và khiến cho tất cả mọi người cùng hạnh phúc hơn.

Một số hàng hóa công quan trọng

Có rất nhiều ví dụ về hàng hóa công. Chúng ta xem xét ở đây ba hàng hóa quan trọng nhất.

Quốc phòng Sự phòng vệ của một quốc gia trước ngoại xâm là một ví dụ điển hình của hàng hóa công. Một khi quốc gia đã được phòng vệ, việc ngăn chặn bất cứ cá nhân nào hưởng thụ lợi ích của quốc phòng là hoàn toàn không thể. Hơn thế nữa, khi một người thụ hưởng lợi ích của quốc phòng, người này không làm suy giảm lợi ích đó đối với người khác. Vì thế, quốc phòng không có tính loại trừ và cũng không có tính cạnh tranh trong tiêu dùng.

Quốc phòng cũng là một trong những hàng hóa công tốn kém nhất. Năm 2009, Chính phủ liên bang Hoa Kỳ đã chi tổng số 661 tỷ đô la cho quốc phòng, hơn 2.150 đô la mỗi người. Khoản chi tiêu này quá nhỏ hay quá lớn vẫn là một vấn đề gây nhiều bất đồng, nhưng hầu như không ai nghi ngờ rằng một phần chi tiêu của chính phủ cho quốc phòng là cần thiết. Ngay cả những nhà kinh tế cổ ủng hộ nhận định rằng khu vực nhà nước càng nhỏ càng tốt cũng đồng ý quốc phòng là một hàng hóa công mà chính phủ nên cung cấp.

Nghiên cứu Tri thức cơ bản được sinh ra từ nghiên cứu. Khi đánh giá chính sách công thích hợp đối với việc sản xuất tri thức, cần phải phân biệt giữa tri thức tổng quát và tri thức công nghệ chuyên biệt. Tri thức công nghệ chuyên biệt có thể được bảo vệ bản quyền, ví dụ như phát minh ra pin dùng được lâu hơn, vi mạch nhỏ hơn, hay máy nghe nhạc số tốt hơn. Bản quyền ban cho nhà phát minh quyền sử dụng độc quyền với tri thức mà họ đã tạo ra trong một khoảng thời gian nhất định. Bất cứ ai khác muốn sử dụng thông tin đã được cấp bản quyền phải trả phí cho nhà phát minh. Nói một cách khác, bản quyền làm cho cho tri thức tạo ra bởi nhà phát minh có tính loại trừ.

Trái lại, tri thức tổng quát là hàng hóa công. Ví dụ, một nhà toán học không thể đăng ký bản quyền một định lý. Một khi một định lý được chứng minh, tri thức này không có tính loại trừ: Định lý này đi vào kho tri thức tổng quát của xã hội và bất cứ ai cũng có thể dùng mà không phải trả phí. Định lý này cũng không có tính cạnh tranh trong tiêu dùng: Việc sử dụng định lý của một người không ngăn cản người khác sử dụng nó.

Các công ty theo đuổi lợi nhuận chi tiêu rất nhiều cho nghiên cứu nhằm cố gắng phát triển những sản phẩm mới mà họ có thể đăng ký bản quyền và bán chúng, nhưng họ chi tiêu rất ít cho các nghiên cứu cơ bản. Thay vào đó, họ có động cơ thụ hưởng miễn phí tri thức tổng quát tạo ra bởi những người khác. Hệ quả là xã hội sẽ dành quá ít nguồn lực để sản xuất ra tri thức mới khi không có bất kỳ chính sách hiệu chỉnh nào từ phía chính phủ.

Chính phủ cố gắng cung cấp hàng hóa công tri thức tổng quát bằng nhiều cách. Các cơ quan chính phủ như Viện Quốc gia về Sức khỏe và Quỹ Khoa học Quốc gia, trợ cấp nghiên cứu cơ bản về y tế, toán học, vật lý, hóa học, sinh học, và kể cả kinh tế học. Một số người biện minh cho tài trợ chính phủ đối với chương trình không gian trên cơ sở nó làm tăng tri thức của xã hội (mặc dù rất nhiều nhà khoa học hoài nghi về giá trị khoa học của du hành không gian do con người điều khiển). Xác định mức độ hỗ trợ hợp lý cho những hoạt động này thường rất khó bởi vì rất khó đo lường lợi ích. Ngoài ra, những thành viên quốc hội chịu trách nhiệm phân bổ ngân sách cho nghiên cứu thường có rất ít kiến thức chuyên môn trong khoa học và vì thế không ở vị trí tốt nhất để phán xét hướng nghiên cứu nào sẽ tạo ra lợi ích lớn nhất. Vì thế, mặc dù nghiên cứu cơ bản chắc chắn là hàng hóa công, chúng ta không nên ngạc nhiên nếu chính phủ thất bại trong việc chi trả đúng sản lượng và đúng loại.

Chống nghèo Rất nhiều chương trình chính phủ được thiết kế để giúp đỡ người nghèo. Hệ thống phúc lợi (chính thức được gọi là chương trình Trợ giúp Tạm thời cho Những Gia đình Khó khăn) cung cấp một khoản tiền nhỏ cho những gia đình nghèo. Tương tự, chương trình Tem phiếu Lương thực trợ cấp thu mua thức ăn cho những gia đình có thu nhập thấp, và rất nhiều chương trình nhà ở của chính phủ giúp cho việc mua nhà trở nên dễ xoay sở hơn. Những chương trình chống nghèo này được tài trợ bởi tiền thuế trả bởi những gia đình khá giả hơn về mặt tài chính.

Các nhà kinh tế bất đồng với nhau về vai trò của chính phủ trong việc chống nghèo. Chúng ta sẽ thảo luận cuộc tranh cãi này đầy đủ hơn ở Chương 20, nhưng ở đây chúng ta chú ý một tranh luận quan trọng: Những người ủng hộ các chương trình chống nghèo tranh luận rằng chống nghèo là một hàng hóa công. Ngay cả khi tất cả mọi người thích sống trong một xã hội không có người nghèo hơn, chống nghèo không phải là một hàng hóa mà khu vực tư nhân sẽ cung cấp một cách đầy đủ.

Để hiểu tại sao, hãy hình dung một ai đó cố gắng tổ chức một nhóm những người giàu có để cùng nhau chống nghèo. Nhóm người này sẽ cung cấp một hàng hóa công. Hàng hóa này không có tính cạnh tranh trong tiêu dùng: Việc hưởng thụ của một người khi sống trong một thế giới không có nghèo sẽ không

làm giảm sự hưởng thụ của bất cứ ai khác. Hàng hóa này cũng không có tính loại trừ: Một khi nghèo đã bị loại trừ, không thể ngăn chặn bất cứ ai hưởng thụ thực tế này. Hệ quả là con người ta có xu hướng thụ hưởng miễn phí trên sự hào phóng của những người khác, tận hưởng lợi ích của việc xóa nghèo mà không đóng góp gì.

Bởi vì vấn đề kẻ thụ hưởng miễn phí, xóa nghèo thông qua quỹ từ thiện của khu vực tư có thể sẽ không thành công. Tuy nhiên, can thiệp của chính phủ có thể giải quyết vấn đề này. Đánh thuế người giàu để làm tăng tiêu chuẩn sống của người nghèo có tiềm năng giúp cho tất cả mọi người cùng tốt đẹp hơn. Người nghèo được lợi vì họ có thể tận hưởng một tiêu chuẩn cuộc sống cao hơn, người bị đánh thuế cũng được lợi vì họ có thể tận hưởng cuộc sống trong một xã hội không có người nghèo.

NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG

Ngọn hải đăng có phải là hàng hóa công?

Một số hàng hóa có thể chuyển đổi tính chất giữa hàng hóa công và hàng hóa tư, tùy thuộc vào từng hoàn cảnh cụ thể. Ví dụ như trình diễn pháo hoa là hàng hóa công nếu được thực hiện ở một thị trấn có nhiều dân cư. Tất nhiên, nếu nó được thực hiện tại một công viên giải trí tư như Thế giới Walt Disney, trình diễn pháo hoa có tính chất gần với hàng hóa tư hơn bởi vì người tham quan công viên phải trả tiền để được vào cổng.

Một ví dụ khác là ngọn hải đăng. Các nhà kinh tế vẫn thường sử dụng ngọn hải đăng như một ví dụ của hàng hóa công. Ngọn hải đăng đánh dấu những địa điểm cụ thể dọc theo bờ biển để thuyền bè qua lại có thể tránh được những vùng nước nguy hiểm. Lợi ích mà ngọn hải đăng đem lại cho các thuyền trưởng không có tính loại trừ lẫn cạnh tranh trong tiêu dùng, vì thế mỗi thuyền trưởng có động cơ thụ hưởng miễn phí lợi ích từ ngọn hải đăng để lái tàu mà không chi trả cho dịch vụ này. Bởi vì vấn đề kẻ thụ hưởng miễn phí này, thị trường tư luôn thất bại trong việc cung cấp những ngọn hải đăng mà các thuyền trưởng cần. Hệ quả là hầu hết các ngọn hải đăng ngày nay đều do chính phủ vận hành.

Tuy nhiên, trong một số trường hợp, các ngọn hải đăng có tính chất gần với hàng hóa tư hơn. Ví dụ, dọc bờ biển nước Anh vào thế kỷ 19, một số ngọn hải đăng do tư nhân sở hữu và vận hành. Tuy nhiên, thay vì cố gắng thu phí các thuyền trưởng cho dịch vụ này, chủ sở hữu các ngọn hải đăng thu phí chủ nhân của cảng biển bên cạnh. Nếu chủ nhân của cảng biển không trả tiền, chủ sở hữu các ngọn hải đăng sẽ tắt đèn, và tàu bè sẽ tránh vào cảng biển đó.

Để biết một hàng hóa có phải là hàng hóa công hay không, chúng ta phải xác định ai là người thụ hưởng và liệu những người thụ hưởng này có thể bị loại trừ khỏi việc sử dụng hàng hóa không. Vấn đề kẻ thụ hưởng miễn phí xuất hiện khi số lượng người thụ hưởng quá lớn và loại trừ bất cứ ai khỏi việc sử dụng là không thể. Nếu ngọn hải đăng có lợi cho các thuyền trưởng, nó là hàng hóa công. Tuy nhiên nếu nó chỉ làm lợi cho một ông chủ bến cảng, nó có tính chất gần với hàng hóa tư hơn. ■

Nhiệm vụ khó khăn của phân tích chi phí-lợi ích

Cho đến thời điểm này chúng ta đã thấy rằng chính phủ cung cấp hàng hóa công bởi vì thị trường tự do tự nó sẽ không sản xuất ra một sản lượng hiệu quả. Tuy nhiên, việc xác định chính phủ phải có một vai trò nhất định chỉ là bước đầu tiên. Bước tiếp theo, chính phủ phải xác định cung cấp loại hàng hóa công nào và cung cấp bao nhiêu.

Giả sử chính phủ đang cân nhắc một dự án công, ví dụ như xây dựng một đường cao tốc mới. Để quyết định xây dựng con đường này, chính phủ phải so sánh tổng lợi ích của tất cả những người sẽ sử dụng nó với chi phí xây dựng và bảo trì nó. Để ra quyết định này, chính phủ có thể thuê một nhóm các nhà kinh tế và kỹ sư để thực hiện một nghiên cứu gọi là **phân tích chi phí-lợi ích**[1] để ước lượng tổng chi phí và lợi ích của dự án đối với toàn thể xã hội.

Phân tích chi phí-lợi ích là một công việc khó khăn. Bởi vì đường cao tốc sẽ phục vụ tất cả mọi người miễn phí, không có một mức giá nào sẵn có để đánh giá giá trị của con đường. Chỉ đơn giản hỏi người dân về giá trị của đường cao tốc là không đáng tin cậy: Rất khó để lượng hóa lợi ích với thông tin từ bảng phỏng vấn, và người trả lời có rất ít động cơ để nói thật. Những người sẽ sử dụng con đường có động cơ thổi phồng lợi ích mà họ nhận được để chính phủ xây dựng nó. Những người sẽ bị thiệt hại bởi đường cao tốc có động cơ thổi phồng chi phí mà họ phải chịu để ngăn cản chính phủ xây dựng nó.

Vì thế, cung cấp hàng hóa công một cách hiệu quả về bản chất khó hơn rất nhiều so với cung cấp hiệu quả hàng hóa tư. Khi người mua hàng hóa tư tham gia vào thị trường, họ bộc lộ giá trị của hàng hóa đó đối với họ thông qua mức giá mà họ sẵn lòng trả. Cùng lúc đó, người bán bộc lộ chi phí thông qua mức giá họ sẵn lòng chấp nhận. Điểm cân bằng là một phân bổ nguồn lực hiệu quả bởi vì nó phản ánh tất cả những thông tin này. Trái lại, phân tích chi phí-lợi ích không có bất kỳ tín hiệu giá cả nào để quan sát khi đánh giá xem chính phủ có nên cung cấp một loại hàng hóa công và cung cấp bao nhiêu. Tính toán của họ về chi phí và lợi ích của các dự án công suy cho cùng chỉ là những con số ước lượng thô sơ.

NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG *Mạng sống đáng giá bao nhiêu?*

Hãy tưởng tượng rằng bạn được bầu làm thành viên trong hội đồng thành phố của bạn. Kỹ sư của thành phố đưa cho bạn một đề án: Thành phố có thể chi 10.000 đô la để xây dựng và vận hành một hệ thống đèn giao thông ở một giao điểm của thành phố mà hiện nay chỉ có biển hiệu dừng lại. Lợi ích của hệ thống đèn này là sự gia tăng trong an toàn giao thông. Dựa vào dữ liệu từ những giao điểm khác, kỹ sư ước lượng hệ thống đèn này sẽ giảm rủi ro của tai nạn giao thông chết người trong suốt quãng đời khấu hao của nó từ 1,6 xuống còn 1,1 phần trăm. Bạn có nên chi tiền cho hệ thống đèn giao thông mới này không?

---

1. **Phân tích chi phí-lợi ích:** môn học so sánh các chi phí và lợi ích của xã hội trong việc sản xuất một hàng hóa công.

Để trả lời câu hỏi này, bạn quay sang vận dụng phân tích chi phí-lợi ích. Nhưng ngay lập tức bạn gặp phải trở ngại: Chi phí và lợi ích phải được đo lường theo cùng một đơn vị nếu bạn muốn so sánh chúng một cách có ý nghĩa. Chi phí được đo lường bằng đô la, nhưng lợi ích ở đây là khả năng cứu sống mạng người lại không được trực tiếp đo lường bằng tiền. Để ra quyết định, bạn phải ấn định một giá trị đo bằng tiền cho mạng sống con người.

Thoạt nhìn, bạn có thể bị lôi cuốn đến kết luận rằng cuộc sống của con người là vô giá. Suy cho cùng, sẽ không có khoản tiền nào có thể trả cho bạn để bạn tình nguyện từ bỏ cuộc đời của mình hay của một người thân yêu. Điều này ngụ ý mạng sống con người có giá trị là vô cùng nếu tính theo đô la.

Tuy nhiên, câu trả lời này dẫn đến một kết quả vô nghĩa đối với phân tích chi phí-lợi ích. Nếu chúng ta thực sự cho rằng mạng người là vô giá, chúng ta nên đặt hệ thống đèn giao thông ở bất cứ giao điểm nào, và chúng ta nên lái những chiếc xe lớn trang bị đầy đủ những công nghệ an toàn mới nhất. Tất nhiên, đèn giao thông không phải ở giao điểm nào cũng có, và con người ta đôi khi chấp nhận chi trả thấp hơn cho những chiếc xe nhỏ hơn và không có các đặc tính an toàn như túi khí ở bên cửa hay thắng xe chống khóa bánh. Trong các quyết định của chúng ta, ở khu vực công hay khu vực tư, chúng ta đôi khi sẵn lòng rủi ro mạng sống của chính mình để tiết kiệm tiền.

Một khi chúng ta đã chấp nhận ý tưởng rằng mạng sống có một giá trị đô la ngầm ẩn, chúng ta xác định giá trị đó bằng cách nào? Một cách mà tòa án đôi khi sử dụng để đền bù chi phí cho những vụ kiện chết người oan uổng là tính toán tổng số tiền mà một người có thể đã kiếm nếu anh ta hay cô ta vẫn còn sống. Các nhà kinh tế thường ngờ vực cách tiếp cận này bởi vì nó bỏ qua các chi phí cơ hội khác của việc mất đi một mạng sống. Nó có một ngụ ý kỳ dị rằng mạng sống của những người nghỉ hưu hoặc khuyết tật là không có giá trị.

Một cách tốt hơn để định giá cuộc sống con người là nhìn vào rủi ro mà họ sẵn lòng tự nguyện đón nhận và khoản tiền phải trả cho họ để họ làm điều đó. Ví dụ như tỷ lệ tử vong khác nhau giữa các công việc. Công nhân xây dựng trong các tòa nhà cao tầng có rủi ro tử vong khi làm việc cao hơn nhân viên văn phòng. Bằng cách so sánh lương giữa các công việc rủi ro và ít rủi ro, kiểm soát cho các yếu tố có ảnh hưởng đến lương khác như giáo dục và kinh nghiệm, các nhà kinh tế có thể biết được chút ít về giá trị mà con người ta ấn định cho mạng sống của chính họ. Các nghiên cứu sử dụng cách tiếp cận này kết luận rằng giá trị của một mạng người là khoảng 10 triệu đô la.

Bây giờ chúng ta có thể trở lại với ví dụ ở trên và trả lời cho kỹ sư của thành phố. Hệ thống đèn giao thông giảm rủi ro tai nạn 0,5 điểm phần trăm. Vì vậy, lợi ích kỳ vọng của hệ thống đèn là 0,005 x 10 triệu đô la, hay 50.000 đô la. Ước lượng lợi ích này vượt xa chi phí 10.000 đô la, vì thế bạn nên chấp thuận dự án. ■

KIỂM TRA NHANH: *Vấn đề kẻ thụ hưởng miễn phí là gì? Tại sao vấn đề kẻ thụ hưởng miễn phí lại khuyến khích chính phủ cung cấp hàng hóa công? Chính phủ quyết định việc có nên cung cấp một hàng hóa công hay không như thế nào?*

NGUỒN LỰC CHUNG

Cũng giống như hàng hóa công, nguồn lực chung không có tính loại trừ: Chúng là miễn phí với tất cả mọi người muốn sử dụng chúng. Tuy nhiên, nguồn lực chung có tính cạnh tranh trong tiêu dùng: Một người sử dụng nguồn lực chung làm giảm khả năng sử dụng của người khác. Vì vậy, nguồn lực chung gây ra một vấn đề mới. Một khi hàng hóa được cung cấp, nhà chính sách cần phải cân nhắc số lượng mà nó sẽ được sử dụng. Vấn đề này được minh họa rõ nhất qua câu chuyện ngụ ngôn kinh điển có tên **Bi kịch nguồn lực chung**[1].

Bi kịch nguồn lực chung

Hãy hình dung cuộc sống ở một thị trấn nhỏ thời kỳ trung cổ. Một trong những hoạt động kinh tế quan trọng nhất diễn ra trong thị trấn là chăn nuôi cừu. Nhiều gia đình trong thị trấn sở hữu những đàn cừu và mưu sinh bằng cách bán lông cừu cho các nhà sản xuất vải sợi.

Bắt đầu câu chuyện, những con cừu dành hầu hết thời gian gặm cỏ tại vùng đất xung quanh thị trấn gọi là Thị trấn Nguồn lực Chung. Không có gia đình nào sở hữu vùng đất này. Thay vào đó, dân cư của thị trấn sở hữu tập thể vùng đất, và tất cả đều được phép cho cừu của mình gặm cỏ ở đây. Sở hữu tập thể vận hành tốt bởi vì vùng đất rất trù phú. Chừng nào mỗi người có thể có được vùng gặm cỏ mà họ muốn, thị trấn Nguồn lực Chung không có tính cạnh tranh trong tiêu dùng, và cho phép cư dân chăn cừu ở đây mà không có trở ngại gì. Tất cả mọi người trong thị trấn đều hạnh phúc.

Năm tháng qua đi, dân số của thị trấn tăng lên, và lượng cừu gặm cỏ ở Thị trấn Nguồn lực Chung cũng thế. Khi lượng cừu tăng lên mà lượng đất đai thì cố định, vùng đất bắt đầu mất khả năng tái tạo cỏ cho chính nó. Cuối cùng, vùng đất bị gặm cỏ quá mức khiến nó trở nên khô cằn. Khi không còn cỏ ở Thị trấn Nguồn lực Chung, chăn nuôi cừu là không thể, và ngành công nghiệp dệt vải hưng thịnh một thời của thị trấn biến mất. Rất nhiều gia đình đánh mất nguồn sinh kế của họ.

Điều gì gây ra bi kịch? Tại sao những người chăn cừu lại để cho số lượng cừu tăng lên quá lớn như vậy để rồi phá hủy Thị trấn Nguồn lực Chung? Nguyên nhân là động cơ của xã hội và cá nhân khác nhau. Việc ngăn ngừa sự hủy hoại của vùng đất gặm cỏ phụ thuộc vào hành động tập thể của những người chăn cừu. Nếu những người chăn cừu hợp tác với nhau, họ đã có thể giảm số lượng cừu xuống còn một mức mà Thị trấn Nguồn lực Chung có thể hỗ trợ được. Tuy nhiên không có gia đình đơn lẻ nào có động cơ giảm lượng cừu của họ bởi vì mỗi đàn cừu chỉ là một phần nhỏ của vấn đề.

Về bản chất, Bi kịch Nguồn lực Chung xuất hiện là do ngoại tác. Khi đàn cừu của một gia đình gặm cỏ trên vùng đất chung, chúng làm giảm chất lượng của

1. **Bi kịch của nguồn lực chung**: thành ngữ ám chỉ rằng các tài nguyên công cộng thường được sử dụng nhiều hơn mức mong muốn theo quan điểm xã hội.

vùng đất đối với những gia đình khác. Bởi vì người ta thờ ơ với ngoại tác tiêu cực này khi quyết định sở hữu bao nhiêu cừu, kết quả là có một số lượng cừu dư thừa.

Nếu bi kịch đã được lường trước, thị trấn đã có thể giải quyết vấn đề bằng nhiều cách. Họ có thể hiệu chỉnh số lượng cừu mà mỗi gia đình được sở hữu, nội hóa ngoại tác bằng cách đánh thuế sở hữu cừu, hoặc bán đấu giá một số lượng giới hạn giấy phép cho cừu gặm cỏ. Tức là, thị trấn thời trung cổ lẽ ra đã có thể xử lý vấn đề gặm cỏ quá mức tương tự như cách mà xã hội hiện đại xử lý vấn đề ô nhiễm.

Tuy nhiên, trong trường hợp vùng đất này, có một giải pháp đơn giản hơn. Thị trấn có thể chia vùng đất thành nhiều mảng cho các gia đình. Mỗi gia đình có thể rào chắn mảnh đất của họ bằng hàng rào và bảo vệ nó khỏi bị gặm nhấm quá mức. Bằng cách này, vùng đất trở thành hàng hóa tư thay vì là nguồn lực chung. Trong thực tế, điều này đã xảy ra ở Anh vào thế kỷ 17 trong phong trào chia đất.

Bi kịch Nguồn lực Chung là một câu chuyện với một bài học phổ biến: Khi một người sử dụng nguồn lực chung, anh ta hoặc cô ta làm giảm sự hưởng thụ của người khác. Bởi vì ngoại tác tiêu cực này, nguồn lực chung có xu hướng bị sử dụng quá mức. Chính phủ có thể xử lý vấn đề này bằng cách sử dụng luật hiệu chỉnh hoặc thuế để giảm mức sử dụng nguồn lực chung. Một cách khác, chính phủ đôi khi cũng có thể biến nguồn lực chung thành hàng hóa tư.

Người ta đã biết đến bài học này hàng ngàn năm nay. Nhà triết học Hy Lạp cổ đại Aristotle đã chỉ ra vấn đề của nguồn lực chung: "Những thứ của chung của tất cả mọi người thường ít được quan tâm nhất, bởi vì con người luôn quan tâm đến những thứ thuộc sở hữu của riêng mình hơn là những thứ họ sở hữu chung với người khác."

Một số nguồn lực chung quan trọng

Có rất nhiều ví dụ về nguồn lực chung. Trong hầu hết các trường hợp, vấn đề tương tự xuất hiện như trong truyện Bi kịch Nguồn lực Chung: Các cá nhân ra quyết định trong khu vực tư sử dụng nguồn lực chung quá nhiều. Chính phủ thường hiệu chỉnh hành vi hoặc thu phí để giảm thiểu vấn đề sử dụng quá mức.

Không khí sạch và nước Như chúng ta đã thảo luận ở Chương 10, thị trường không bảo vệ môi trường một cách đầy đủ. Ngoại tác tiêu cực gây ra bởi ô nhiễm có thể được giải quyết bằng luật hoặc thuế hiệu chỉnh đối với các hoạt động gây ô nhiễm. Chúng ta có thể nhìn nhận thất bại thị trường này như một ví dụ của vấn đề nguồn lực chung. Không khí sạch và nước sạch là những nguồn lực chung như vùng cỏ miễn phí. Suy thoái môi trường là một Bi kịch Nguồn lực Chung thời hiện đại.

Những con đường tắc nghẽn Những con đường vừa có thể là hàng hóa công lẫn nguồn lực chung. Nếu một con đường không bị tắc nghẽn, thì việc sử dụng của một người không ảnh hưởng bất cứ ai khác. Trong trường hợp này, việc sử dụng không có tính cạnh tranh trong tiêu dùng, và con đường là hàng hóa công.

Tuy nhiên nếu một con đường bị tắc nghẽn, thì việc sử dụng con đường đó tạo ra một ngoại tác tiêu cực. Khi một người lái xe trên đường, con đường trở nên đông đúc hơn, và những người khác phải lái xe chậm hơn. Trong trường hợp này, con đường là nguồn lực chung.

Một cách mà chính phủ có thể xử lý vấn đề tắc đường là thu phí các lái xe. Về bản chất, phí đường bộ là một thuế hiệu chỉnh đối với ngoại tác do tắc đường. Đôi khi phí đường bộ không phải là một giải pháp thực tiễn như trong trường hợp các con đường ở địa phương bởi vì chi phí của việc thu phí là quá cao. Nhưng rất nhiều thành phố lớn, kể cả London và Stockholm, đã phát hiện ra rằng tăng phí đường bộ là một giải pháp hiệu lực trong việc giảm thiểu tắc nghẽn.

Đôi khi tắc nghẽn chỉ là vấn đề ở một số thời điểm trong ngày. Ví dụ, mật độ đi lại trên một cây cầu chỉ cao vào giờ cao điểm, ngoại tác do tắc nghẽn là cao nhất vào thời điểm này. Cách thức hiệu quả để xử lý những ngoại tác này là thu phí đường bộ cao hơn trong giờ cao điểm. Mức phí này sẽ tạo ra một động cơ cho các lái xe thay đổi lịch trình của họ, và giảm thiểu giao thông khi con đường bị tắc nghẽn nhiều nhất.

Như đã thảo luận trong một tình huống nghiên cứu ở chương trước, một chính sách khác để đối phó với vấn đề tắc nghẽn đường là thuế xăng dầu. Xăng dầu là một hàng hóa bổ sung đối với lái xe: Một sự gia tăng trong giá xăng dầu có xu hướng giảm số lượng lái xe. Vì vậy, thuế xăng dầu giảm thiểu tắc nghẽn đường sá. Tuy nhiên, thuế xăng dầu là một giải pháp không hoàn hảo, bởi vì nó ảnh hưởng đến nhiều quyết định khác của con người bên ngoài việc lái xe vào những con đường bị tắc nghẽn. Ví dụ, thuế xăng dầu không khuyến khích lái xe trên những con đường không tắc nghẽn, ngay cả khi không có ngoại tác do tắc nghẽn ở những con đường này.

Cá, cá voi, và các động vật hoang dã khác Nhiều loại động vật là nguồn lực chung. Ví dụ như cá và cá voi đều có giá trị thương mại, và bất cứ ai cũng có thể đi đến đại dương và đánh bắt bất cứ cái gì sẵn có. Mỗi người có rất ít động cơ để duy trì các loài động vật cho năm tới. Cũng giống như gặm cỏ quá mức có thể phá hủy Thị trấn Nguồn lực Chung, đánh bắt cá và cá voi quá mức có thể hủy hoại nguồn sinh vật đại dương quý giá về mặt thương mại.

Đại dương vẫn là một trong những nguồn lực chung ít được quản lý nhất. Có hai vấn đề trở ngại khi tìm kiếm giải pháp. Đầu tiên, nhiều quốc gia cùng có chung đại dương, vì thế bất cứ giải pháp nào cũng sẽ đòi hỏi hợp tác quốc tế giữa các quốc gia có những quan điểm khác nhau. Thứ hai, bởi vì đại dương quá rộng lớn, sẽ rất khó để thực thi bất kỳ thỏa thuận nào. Hệ quả là quyền đánh bắt cá vẫn luôn là một nguồn căng thẳng thường xuyên giữa các quốc gia thường có mối quan hệ bằng hữu.

Ở Hoa Kỳ, có rất nhiều đạo luật nhằm quản lý việc khai thác cá và các động vật hoang dã. Ví dụ, chính phủ thu phí đối với quyền đánh bắt cá và quyền săn bắn, và giới hạn thời gian của mùa đánh bắt và săn bắn. Ngư dân thường bị bắt buộc phải thả lại các con cá nhỏ, và thợ săn chỉ được giết một số lượng giới hạn các con thú. Tất cả những đạo luật này giảm thiểu việc sử dụng nguồn lực chung và góp phần duy trì các loài động vật.

NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG

Tại sao cừu không bị tuyệt chủng

Trong suốt lịch sử, rất nhiều loài động vật đã bị đe dọa tuyệt chủng. Khi người châu Âu lần đầu tiên đặt chân đến Bắc Mỹ, có hơn 60 triệu con trâu phủ khắp châu lục. Tất nhiên săn bắn trâu đã rất phổ biến vào thế kỷ 19 đến mức vào năm 1900 dân số của chúng đã giảm xuống khoảng 400 trước khi chính phủ vào cuộc bảo vệ chúng. Ở một số quốc gia châu Phi ngày nay, loài voi đối diện với một mối đe dọa tương tự khi mà những kẻ săn trộm giết voi để lấy ngà.

Tất nhiên không phải tất cả các loài động vật có giá trị thương mại đều đối diện với mối đe dọa này. Ví dụ như bò là một nguồn thực phẩm giá trị, nhưng không có ai lo ngại loài bò sẽ sớm bị tuyệt chủng.

Có vẻ như nguồn cầu rất lớn đối với thịt bò đảm bảo rằng loài bò sẽ tiếp tục tăng trưởng mạnh.

Tại sao giá trị thương mại của ngà voi đe dọa loài voi, trong khi giá trị thương mại của loài bò lại bảo vệ con bò? Lý do là voi là nguồn lực chung, trong khi bò là hàng hóa tư. Voi đi lại tự do mà không có người sở hữu. Mỗi kẻ săn trộm có động cơ giết càng nhiều voi càng tốt. Bởi vì có rất nhiều kẻ săn trộm, mỗi kẻ săn trộm có rất ít động cơ để bảo vệ loài voi. Trái lại, gia súc sống trong những trang trại được sở hữu tư nhân. Mỗi chủ trang trại bỏ ra rất nhiều công sức để duy trì đàn gia súc bởi vì họ thu được lợi ích từ những công sức đó.

Chính phủ đã cố gắng giải quyết vấn đề loài voi này bằng hai cách. Một số quốc gia như Kenya, Tanzania, và Uganda đã ban hành các đạo luật cấm giết voi và bán ngà của chúng. Tất nhiên rất khó thực thi những đạo luật này, và loài voi vẫn tiếp tục bị cạn kiệt. Trái lại, những quốc gia khác như Botswana, Malawi, Namibia, và Zimbabwe đã biến voi thành hàng hóa tư bằng cách cho phép người ta giết những con voi trên lãnh thổ của họ. Chủ đất có động cơ bảo tồn các loài vật trên mảnh đất của họ và kết quả là đàn voi bắt đầu tăng lên lại. Khi có sở hữu tư nhân và động cơ lợi nhuận đứng về phía mình, một ngày nào đó các chú voi ở châu Phi có thể thoát khỏi họa tuyệt chủng như những chú bò. ■

KIỂM TRA NHANH: *Tại sao chính phủ cố gắng hạn chế việc khai thác nguồn lực chung?*

KẾT LUẬN: TẦM QUAN TRỌNG CỦA QUYỀN SỞ HỮU

Trong chương này và chương trước, chúng ta đã thấy có một số "hàng hóa" mà thị trường không cung cấp đủ mức. Thị trường không đảm bảo rằng không khí chúng ta thở là sạch sẽ hoặc đất nước của chúng ta được bảo vệ trước ngoại xâm. Thay vào đó, xã hội dựa vào chính phủ để bảo vệ môi trường và cung cấp quốc phòng.

Những vấn đề mà chúng ta đã phân tích trong những chương này xuất hiện ở nhiều thị trường khác nhau, nhưng chúng có chung một đặc điểm. Trong tất cả các trường hợp, thị trường thất bại trong việc phân bổ các nguồn lực một cách

hiệu quả bởi vì *quyền sở hữu* không được thiết lập một cách rõ ràng. Tức là, một số vật giá trị không có chủ sở hữu với quyền hạn hợp pháp để kiểm soát chúng. Ví dụ, mặc dù không ai nghi ngờ "hàng hóa" không khí sạch hay quốc phòng là rất giá trị, không ai có quyền ấn định cho chúng một mức giá và thu lợi nhuận từ việc sử dụng chúng. Một nhà máy gây ô nhiễm quá nhiều bởi vì không ai thu phí nhà máy đối với lượng ô nhiễm mà nó gây ra. Thị trường không cung cấp quốc phòng bởi vì không ai có thể thu phí những người được bảo vệ đối với lợi ích mà họ nhận được.

Khi sự thiếu vắng quyền sở hữu gây ra thất bại thị trường, chính phủ có tiềm năng giải quyết vấn đề. Đôi khi giải pháp là chính phủ xác định quyền sở hữu tài sản và giải phóng các quy luật thị trường như trường hợp bán giấy phép gây ô nhiễm. Trong một số trường hợp khác, giải pháp là chính phủ hiệu chỉnh hành vi của các cá nhân trong khu vực tư như luật giới hạn mùa săn bắn. Ngoài ra, giải pháp cũng có thể là chính phủ sử dụng tiền thu thuế để cung cấp hàng hóa mà thị trường không thể cung cấp như quốc phòng. Trong tất cả những trường hợp này, nếu chính sách được thiết kế và thực thi tốt, chúng có thể phân bổ nguồn lực hiệu quả hơn và làm gia tăng phúc lợi kinh tế.

TÓM TẮT

- Các hàng hóa khác nhau ở tính loại trừ và tính cạnh tranh trong tiêu dùng. Một hàng hóa là có tính loại trừ nếu có thể ngăn chặn một người nào đó sử dụng nó. Một hàng hóa là có tính cạnh tranh trong tiêu dùng nếu việc sử dụng của một người giảm khả năng sử dụng của người khác trên cùng một đơn vị hàng hóa. Thị trường vận hành tốt nhất đối với các hàng hóa tư, những hàng hóa này có tính loại trừ lẫn tính cạnh tranh trong tiêu dùng. Thị trường không vận hành tốt như thế đối với các loại hàng hóa khác.
- Hàng hóa công không có tính cạnh tranh trong tiêu dùng lẫn tính loại trừ. Các ví dụ về hàng hóa công bao gồm trình diễn pháo hoa, quốc phòng, và tri thức cơ bản. Bởi vì con người ta không bị thu phí khi sử dụng hàng hóa công, họ có động cơ thụ hưởng miễn phí khi hàng hóa được cung cấp bởi khu vực tư. Vì thế, chính phủ cung cấp hàng hóa công, quyết định sản lượng của mỗi loại hàng hóa công dựa vào phân tích chi phí-lợi ích.
- Nguồn lực chung có tính cạnh tranh trong tiêu dùng nhưng không có tính loại trừ. Ví dụ như đồng cỏ chăn thả chung, không khí sạch, và đường bị tắc nghẽn. Bởi vì con người ta không bị thu phí khi sử dụng nguồn lực chung, họ có xu hướng sử dụng chúng một cách quá mức. Vì thế, chính phủ sử dụng nhiều biện pháp để giới hạn việc khai thác nguồn lực chung.

KHÁI NIỆM THEN CHỐT

Tính loại trừ	excludability

Tính cạnh tranh trong tiêu dùng	rivalry in consumption
Hàng hóa tư	private goods
Hàng hóa công	public goods
Nguồn lực chung	common resources
Hàng hóa nhóm	club goods
Kẻ thụ hưởng miễn phí	free rider
Phân tích chi phí-lợi ích	cost-benefit analysis
Bi kịch Nguồn lực Chung	Tragedy of the Commons

CÂU HỎI ÔN TẬP

1. Giải thích ý nghĩa của việc một hàng hóa có "tính loại trừ". Giải thích ý nghĩa của việc một hàng hóa có "tính cạnh tranh trong tiêu dùng". Một miếng pizza có tính loại trừ không? Có tính cạnh tranh trong tiêu dùng không?
2. Định nghĩa và cho một ví dụ về hàng hóa công. Thị trường tư có thể tự cung cấp hàng hóa này không? Giải thích.
3. Kẻ thụ hưởng miễn phí là gì? Sự hiện diện của vấn đề kẻ thụ hưởng miễn phí giúp đỡ hay cản trở sự sản xuất hàng hóa công? Giải thích.
4. Định nghĩa và cho một ví dụ về nguồn lực chung. Nếu không có can thiệp chính phủ, người ta sẽ sử dụng hàng hóa này quá nhiều hay quá ít? Tại sao?

BÀI TẬP VÀ ỨNG DỤNG

1. Sử dụng phân loại ở Hình 1, chỉ ra những hàng hóa sau đây thuộc về nhóm nào? Giải thích.
   a. con nai trong khu săn bắn
   b. con nai ở rừng hoang dã
   c. tín hiệu radio phát sóng
   d. tín hiệu radio vệ tinh
   e. xe ô tô
   f. xe buýt không bị quá tải của thành phố
2. Cả hàng hóa công lẫn nguồn lực chung đều liên quan đến ngoại tác.
   a. Ngoại tác gắn liền với hàng hóa công thường là tiêu cực hay tích cực? Cho ví dụ trong câu trả lời của bạn. Sản lượng hàng hóa công cung ứng bởi thị trường tự do thường lớn hơn hay nhỏ hơn sản lượng hiệu quả?
   b. Ngoại tác gắn liền với nguồn lực chung thường là tiêu cực hay tích cực? Cho ví dụ trong câu trả lời của bạn. Sản lượng nguồn lực chung sử dụng bởi thị trường tự do thường lớn hơn hay nhỏ hơn sản lượng hiệu quả?

3. Charlie thích xem chương trình Teletubbies ở trạm truyền hình công cộng trong khu phố của anh ta, nhưng anh ta chưa bao giờ đóng góp một khoản tiền nào để hỗ trợ trạm TV này khi được kêu gọi.
   a. Các nhà kinh tế gọi những người như Charlie là gì?
   b. Chính phủ có thể xử lý vấn đề gây ra bởi những người như Charlie ra sao?
   c. Bạn có thể nghĩ đến cách thức mà thị trường tư giải quyết vấn đề này? Sự tồn tại của truyền hình cáp thay đổi tình huống như thế nào?
4. Internet không dây tốc độ cao được cung cấp miễn phí ở sân bay của thành phố Communityville.
   a. Đầu tiên, chỉ một ít người sử dụng dịch vụ này. Đây là loại hàng hóa gì và tại sao?
   b. Sau cùng, khi nhiều người biết đến dịch vụ và bắt đầu sử dụng, tốc độ kết nối bắt đầu giảm. Bây giờ, dịch vụ Internet không dây này là loại hàng hóa gì?
   c. Vấn đề gì có thể xảy ra và tại sao? Chỉ ra một cách thức có thể giải quyết vấn đề này?
5. Bốn người bạn cùng phòng đang lên kế hoạch xem những bộ phim cũ trong phòng tại ký túc xá của họ, và cãi nhau về số lượng phim. Sau đây là giá sẵn lòng trả của họ cho mỗi bộ phim:

	Judd	Joel	Gus	Tim
Bộ đầu tiên	$7	$5	$3	$2
Bộ thứ hai	6	4	2	1
Bộ thứ ba	5	3	1	0
Bộ thứ tư	4	2	0	0
Bộ thứ năm	3	1	0	0

   a. Trong phạm vi phòng ký túc xá, chiếu phim có phải là hàng hóa công không? Tại sao?
   b. Nếu tốn 10 đô la để thuê một bộ phim, những người bạn này nên thuê bao nhiêu bộ phim để tối đa hóa tổng hữu dụng?
   c. Nếu họ chọn số lượng tối ưu như ở Câu (b) và chia đều chi phí thuê phim, thặng dư của mỗi người thu được từ xem phim là bao nhiêu?
   d. Có cách nào chia sẻ chi phí để đảm bảo tất cả mọi người đều có lợi? Giải pháp này vấp phải vấn đề thực tiễn gì?
   e. Giả sử họ đồng ý trước với nhau sẽ thuê số lượng phim hiệu quả và chia đều chi phí. Khi Judd được hỏi về mức sẵn lòng trả của anh ta, liệu anh ta có động cơ nói thật? Nếu có, tại sao có? Nếu không, anh ta sẽ muốn nói gì?
   f. Ví dụ này cho chúng ta thấy điều gì về mức cung cấp tối ưu hàng hóa công?

6. Một số nhà kinh tế tranh cãi rằng các công ty tư nhân sẽ không thực hiện số lượng tối ưu các nghiên cứu khoa học cơ bản.
   a. Giải thích tại sao lại thế. Trong câu trả lời của bạn, hãy phân loại nghiên cứu cơ bản theo các nhóm ở Hình 1.
   b. Chính sách nào đã được áp dụng ở Hoa Kỳ để giải quyết vấn đề này?
   c. Chính sách này thường được cho là làm tăng khả năng công nghệ của các nhà sản xuất Hoa Kỳ một cách tương đối so với các công ty nước ngoài. Tranh cãi này có nhất quán với sự phân loại của bạn cho nghiên cứu cơ bản ở Câu (a)? (Gợi ý: Liệu tính loại trừ có thể áp dụng cho một số đối tượng hưởng lợi tiềm năng của một hàng hóa công và không áp dụng cho những đối tượng khác?)
7. Thường có rác ở các đường cao tốc nhưng rất ít ở sân nhà. Hãy cung cấp một lời giải thích từ góc độ kinh tế cho thực tế này.
8. Thị trấn Wiknam có 5 cư dân với một hoạt động duy nhất là sản xuất và tiêu dùng cá. Họ sản xuất cá bằng hai cách. Mỗi người làm việc ở trại cá nuôi và thu hoạch được 2 con một ngày. Mỗi người đánh bắt X con cá một ngày ở cái hồ của thị trấn. X phụ thuộc vào N, số lượng ngư dân đánh bắt cá. Cụ thể

$$X = 6 - N$$

   Mỗi cư dân tìm kiếm công việc trả nhiều cá hơn.
   a. Tại sao bạn giả định năng suất của mỗi ngư dân X giảm khi số ngư dân N tăng? Bạn sẽ sử dụng thuật ngữ kinh tế nào để mô tả cá trong hồ của thị trấn? Mô tả tương tự có áp dụng cho cá trong trang trại? Giải thích.
   b. Đảng Tự do của thị trấn nghĩ rằng mỗi cá nhân phải có quyền chọn giữa đánh bắt và nuôi cá và chính phủ không được can thiệp. Với chính sách này, bao nhiêu cư dân sẽ đánh bắt và bao nhiêu sẽ nuôi? Bao nhiêu cá sẽ được sản xuất?
   c. Đảng Hiệu quả nghĩ rằng Wiknam nên sản xuất càng nhiều cá càng tốt. Để đạt được điều này, bao nhiêu cư dân nên đánh bắt và bao nhiêu nên nuôi? (Gợi ý: Lập bản mô tả số cá được sản xuất – ở hồ, ở trang trại, và cả hai – ứng với mỗi N từ 0 đến 5.)
   d. Đảng Hiệu quả để xuất giải pháp để đạt được mục tiêu này là đánh thuế mỗi người đánh bắt một lượng là T con cá mỗi ngày. Sau đó sẽ phân phối tiền thuế đồng đều giữa các cư dân Wiknam. (Cá được giả định là có thể phân chia được, và không nhất thiết phải là số chẵn.) Tính toán giá trị của T giúp đạt được sản lượng bạn muốn ở Câu (c).
   e. So với chính sách tự do của Đảng Tự do, ai được và ai mất từ chính sách thuế của Đảng Hiệu quả?
9. Rất nhiều hệ thống giao thông, ví dụ như tàu điện ngầm ở Washington, D.C., thu phí cao hơn trong giờ cao điểm so với các giờ khác trong ngày. Tại sao họ lại làm vậy?

10. Chính phủ liên bang kiểm tra độ an toàn của các mẫu xe ô tô và cung cấp kết quả miễn phí cho người dân. Bạn có nghĩ những thông tin này đạt tiêu chuẩn là một hàng hóa công? Tại sao?
11. Những người có thu nhập cao sẵn lòng trả cao hơn những người có thu nhập thấp để giảm rủi ro thiệt mạng. Ví dụ, họ thường sẵn lòng chi trả cho các đặc tính an toàn của xe ô tô. Bạn có nghĩ rằng những các nhà phân tích chi phí-lợi ích nên tính toán đến thực tế này khi đánh giá các dự án công? Ví dụ, hãy xem xét một thị trấn giàu và một thị trấn nghèo, cả hai đang cân nhắc lắp đặt một hệ thống đèn giao thông. Thị trấn giàu có nên ấn định một giá trị tính bằng đô la cho một mạng người khi ra quyết định này? Tại sao.

Để biết thêm thông tin về chủ đề của chương này, hãy ghé thăm website của chúng tôi tại *www.cengage.com/international* để xem thêm bài tập, ứng dụng, ví dụ, các bài kiểm tra trực tuyến và các nội dung khác.

12

THIẾT KẾ HỆ THỐNG THUẾ

Al Capone "Mặt Sẹo", tên cướp và trùm tội phạm khét tiếng những năm 1920, đã không bao giờ bị kết án vì những tội ác hung bạo của hắn. Vậy mà cuối cùng, hắn đã phải vào tù vì tội trốn thuế. Hắn đã không hề lưu tâm đến bình luận của Ben Franklin rằng "trên đời này không có thứ gì là chắc chắn, ngoại trừ cái chết và thuế."

Khi Franklin đưa ra lời bình này vào năm 1789, một người Mỹ trung bình đóng thuế ít hơn 5 phần trăm thu nhập của anh ta, và con số này vẫn thế trong hàng trăm năm sau đó. Tuy nhiên, bước sang thế kỷ 20, thuế đã ngày càng quan trọng hơn trong cuộc đời của một cư dân Mỹ điển hình. Ngày nay, tổng cộng tất cả các loại thuế – bao gồm thuế thu nhập cá nhân, thuế thu nhập doanh nghiệp, thuế lao động, thuế doanh thu, và thuế tài sản – trung bình chiếm khoảng một phần ba thu nhập của một người Mỹ. Ở các nước châu Âu, các khoản đóng thuế thậm chí còn lớn hơn.

Đóng thuế là điều hiển nhiên bởi vì chúng ta, với tư cách là những công dân, mong muốn chính phủ của mình cung cấp nhiều hàng hóa và dịch vụ. Hai chương trước đã làm sáng tỏ một trong *Mười Nguyên lý của Kinh tế học* được đề cập ở Chương 1: Chính phủ đôi khi có thể cải thiện các kết quả thị trường. Khi chính phủ xử lý một ngoại tác (ví dụ như ô nhiễm không khí), cung cấp một hàng hóa công (ví dụ như quốc phòng), hay điều chỉnh sự sử dụng một nguồn lực chung (ví dụ như cá trong hồ công cộng), chính phủ có thể làm gia tăng phúc lợi kinh tế. Tất nhiên những chính sách này rất tốn kém. Để thực hiện những chính sách này và rất nhiều chức năng khác, chính phủ cần phải huy động nguồn thu thông qua thuế.

Chúng ta đã bắt đầu nghiên cứu về thuế ở những chương trước khi chúng ta phân tích cách thức thuế đánh lên một hàng hóa ảnh hưởng đến cung và cầu của hàng hóa đó. Ở Chương 6, chúng ta đã thấy rằng thuế làm giảm sản lượng bán trên thị trường, và chúng ta đã phân tích cách thức mà gánh nặng của thuế được chia sẻ giữa người mua và người bán phụ thuộc vào độ co giãn của cung và cầu. Ở Chương 8, chúng ta đã phân tích cách thức mà thuế ảnh hưởng đến phúc lợi kinh tế. Chúng ta đã thấy rằng thuế gây ra *tổn thất vô ích*: Sự giảm sút trong thặng

dư tiêu dùng và sản xuất gây ra bởi một loại thuế vượt quá nguồn thu mà chính phủ có được.

Ở chương này, chúng ta dựa trên những bài học ở các chương trước để thảo luận cách thiết kế một hệ thống thuế. Chúng ta bắt đầu bằng cách tổng quan tài chính của chính phủ Hoa Kỳ. Khi phân tích hệ thống thuế, sẽ rất hữu ích khi biết một vài điều cơ bản về cách thức mà chính phủ Hoa Kỳ huy động và sử dụng tiền. Tiếp đến chúng ta xem xét các nguyên lý nền tảng của thuế. Hầu hết mọi người đều đồng ý rằng thuế nên giảm thiểu chi phí mà nó gây ra cho xã hội càng nhiều càng tốt và gánh nặng của thuế phải được phân chia công bằng. Tức là, hệ thống thuế phải vừa *hiệu quả* vừa *công bằng*. Tuy nhiên, như chúng ta sẽ thấy, đề ra những mục tiêu này dễ hơn nhiều so với việc hoàn thành chúng.

TỔNG QUAN TÀI CHÍNH CỦA CHÍNH PHỦ HOA KỲ

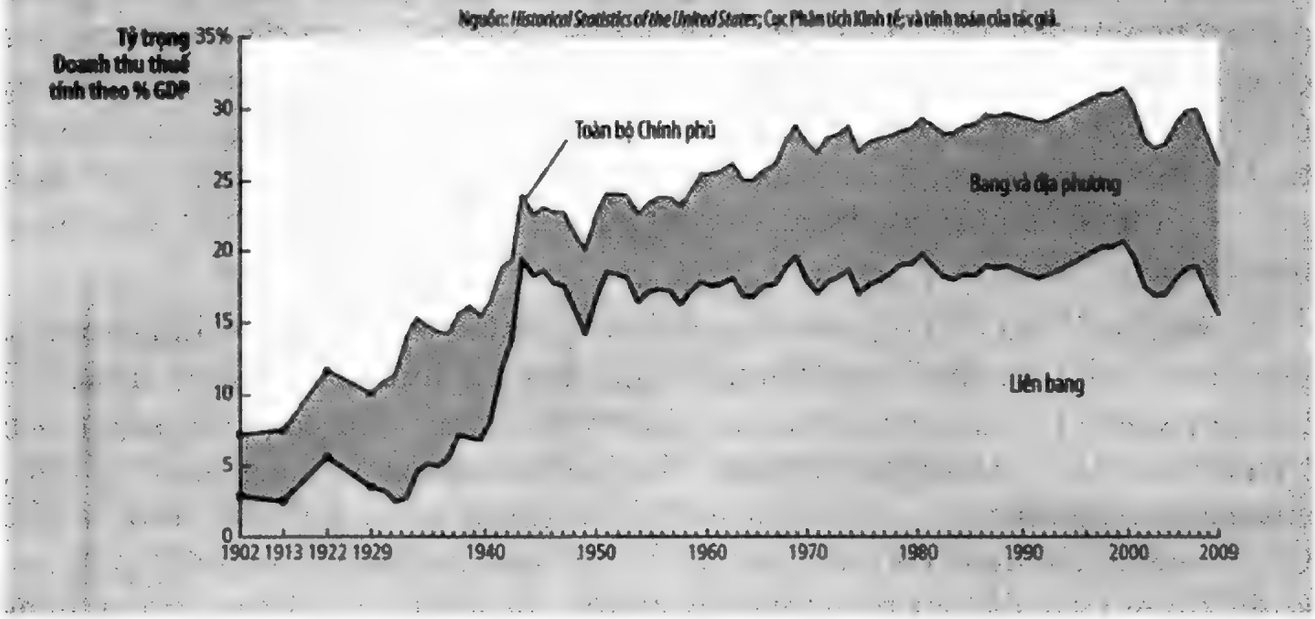
Chính phủ chiếm dụng dưới dạng thuế bao nhiêu phần trăm thu nhập quốc gia? Hình 1 cho thấy doanh thu chính phủ đo lường theo phần trăm của tổng thu nhập của nền kinh tế Hoa Kỳ, bao gồm chính quyền liên bang, bang, và địa phương. Nó cho thấy vai trò của chính phủ đã gia tăng đáng kể trong thế kỷ vừa qua. Vào năm 1902, chính phủ đã thu 7 phần trăm tổng thu nhập; trong những năm gần đây, chính phủ thu khoảng 30 phần trăm. Nói cách khác, khi thu nhập của nền kinh tế tăng lên, doanh thu của chính phủ từ thuế tăng lên nhanh hơn.

Bảng 1 so sánh gánh nặng thuế giữa một số quốc gia tiêu biểu, đo lường bởi phần trăm của doanh thu thuế của chính phủ trong tổng thu nhập quốc gia. Thứ hạng của Hoa Kỳ đứng giữa trong danh sách này. Gánh nặng thuế của Hoa Kỳ là thấp so với nhiều quốc gia châu Âu, nhưng là cao so với một số quốc gia khác trên

Hình 1
Tỷ trọng Doanh thu Chính phủ trong GDP

Hình này cho thấy doanh thu của chính quyền liên bang, bang, và địa phương tính theo phần trăm của tổng sản phẩm quốc nội (GDP), tức tổng thu nhập của nền kinh tế. Nó chỉ ra rằng chính phủ đóng một vai trò lớn trong nền kinh tế Hoa Kỳ và vai trò này đã gia tăng qua thời gian.

Nguồn: *Historical Statistics of the United States*; Cục Phân tích Kinh tế; và tính toán của tác giả.



Thụy Điển	49%	Hoa Kỳ	28%
Pháp	44	Nhật	28
Anh	37	Mexico	21
Đức	36	Chile	20
Canada	33	Trung Quốc	15
Nga	32	Ấn Độ	14
Brazil	30		

Bảng 1
Tổng Doanh thu Thuế theo phần trăm GDP

Nguồn: OECD, Liên hiệp Quốc.
Dữ liệu sẵn có cho những năm gần đây.

thế giới. Những quốc gia kém phát triển hơn về kinh tế, ví dụ như Ấn Độ, thường có gánh nặng thuế thấp hơn. Thực tế này nhất quán với bằng chứng ở Hình 1 về sự gia tăng gánh nặng thuế theo thời gian: Khi một quốc gia giàu có hơn, chính phủ thường lấy đi một phần lớn hơn thông qua thuế trong tổng thu nhập.

Tổng kích cỡ của chính phủ chỉ nói lên một phần của câu chuyện. Đằng sau con số đô la đó là hàng nghìn các quyết định cá nhân về thuế và chi tiêu. Để hiểu về nguồn tài chính của chính phủ một cách đầy đủ hơn, chúng ta hãy phân tích xem con số tổng thể này được phân nhỏ thành các khoản mục khác nhau như thế nào.

Chính quyền liên bang

Chính quyền liên bang Hoa Kỳ thu khoảng hai phần ba thuế trong nền kinh tế. Chính quyền huy động nguồn tiền này bằng nhiều cách, thậm chí còn tìm ra nhiều cách hơn trong việc sử dụng nó.

Doanh thu Bảng 2 cho thấy doanh thu thuế của chính quyền liên bang vào năm 2009. Tổng doanh thu năm đó là 2.105 tỷ đô la, một con số lớn đến không hiểu nổi. Để đưa con số trên trời này về trái đất, chúng ta có thể chia nó cho kích cỡ của dân số Hoa Kỳ, vào khoảng 307 triệu vào năm 2009. Chúng ta thấy rằng trung bình mỗi người Hoa Kỳ đóng 6.846 đô la cho chính quyền liên bang.

Nguồn doanh thu lớn nhất của chính quyền liên bang là thuế thu nhập cá nhân. Cứ đến ngày 15 tháng Tư hàng năm, hầu hết các gia đình ở Hoa Kỳ khai báo thuế để xác định số tiền thuế thu nhập mà họ nợ chính phủ. Mỗi gia đình phải báo cáo thu nhập của họ từ tất cả các nguồn: lương từ việc làm, lãi tiền gửi tiết kiệm, cổ tức từ các doanh nghiệp mà họ có sở hữu cổ phiếu, lợi nhuận từ các cơ sở kinh doanh nhỏ mà họ vận hành, và vân vân. *Nghĩa vụ thuế* của gia đình (họ nợ bao nhiêu) sau đó được tính toán dựa trên tổng thu nhập của họ.

Thuế	Doanh thu thuế (Tỷ)	Doanh thu thuế bình quân đầu người	Phần trăm Doanh thu
Thuế thu nhập cá nhân	$ 915	$2.978	43%
Thuế bảo hiểm xã hội	891	$2.899	42
Thuế thu nhập doanh nghiệp	138	449	7
Các loại thuế khác	161	524	8
Tổng số	$2.105	$6.846	100%

Bảng 2
Doanh thu của Chính quyền Liên bang 2009

Nguồn: *Báo cáo Kinh tế cho Tổng thống* 2010, Bảng B-81. Các cột có thể không cộng lại bằng tổng do làm tròn.

Nghĩa vụ thuế thu nhập của một gia đình không chỉ đơn giản là tỷ lệ theo thu nhập. Thay vào đó, luật thuế yêu cầu một quy trình tính toán phức tạp hơn. Thu nhập chịu thuế được tính toán bằng cách lấy tổng thu nhập trừ đi một khoản tiền dựa trên số người phụ thuộc (chủ yếu là trẻ em) và trừ đi những chi tiêu nhất định mà các nhà chính sách cho là "có thể giảm trừ" (ví dụ như tiền trả lãi mua nhà thế chấp, tiền thuế tiểu bang và địa phương, và tiền làm từ thiện). Cuối cùng, nghĩa vụ thuế được tính toán dựa trên thu nhập chịu thuế sử dụng biểu thuế như được minh họa trong Bảng 3.

Bảng thông tin này cho biết *thuế suất biên* – tỷ suất thuế áp dụng cho mỗi đơn vị thu nhập tăng thêm. Bởi vì thuế suất biên tăng lên khi thu nhập tăng lên, các gia đình có thu nhập cao hơn đóng thuế một phần nhiều hơn trong thu nhập của họ. Chú ý rằng mỗi tỷ suất thuế trong bảng này chỉ áp dụng cho thu nhập trong vùng tương ứng, không phải áp dụng cho toàn bộ thu nhập của một người. Ví dụ, một người với thu nhập 1 triệu đô la vẫn chỉ trả 10 phần trăm của 8.375 đô la đầu tiên. (Trong những phần sau của chương này chúng ta sẽ thảo luận khái niệm thuế suất biên đầy đủ hơn.)

Thuế lao động cũng có tầm quan trọng không kém gì thuế thu nhập cá nhân đối với chính quyền liên bang. *Thuế lao động* là một loại thuế đánh trên mức lương mà các công ty trả cho lao động của họ. Bảng 2 gọi phần doanh thu từ loại thuế này là *thuế bảo hiểm xã hội* bởi vì doanh thu từ loại thuế này được dành riêng để chi trả cho An sinh Xã hội và Medicare. An sinh Xã hội là một chương trình hỗ trợ thu nhập được thiết kế với mục đích chủ yếu là duy trì chất lượng cuộc sống của người già. Medicare là chương trình sức khỏe của chính phủ dành cho người già. Bảng 2 cho thấy một người Mỹ trung bình đóng 2.899 đô la thuế bảo hiểm xã hội vào năm 2009.

Kế tiếp về độ lớn trong doanh thu là thuế thu nhập doanh nghiệp, mặc dù doanh thu này nhỏ hơn nhiều so với thuế thu nhập cá nhân lẫn thuế bảo hiểm xã hội. Một *doanh nghiệp* là một cơ sở kinh doanh với thực thể pháp lý riêng biệt, khác biệt và tách rời với chủ sở hữu của nó. Chính phủ đánh thuế mỗi doanh nghiệp dựa trên lợi nhuận của nó – khoản tiền mà doanh nghiệp thu được từ việc bán hàng hóa và dịch vụ trừ đi chi phí sản xuất những hàng hóa và dịch vụ này. Chú ý rằng lợi nhuận doanh nghiệp, về bản chất, bị đánh thuế hai lần. Lần một thu bởi thuế thu nhập doanh nghiệp cho lợi nhuận kiếm được; lần hai thu bởi thuế thu nhập cá nhân khi doanh nghiệp sử dụng lợi nhuận để chi trả cổ tức cho các cổ đông của nó. Vào năm 2003, tỷ suất thuế đối với thu nhập từ cổ tức được giảm xuống còn 15 phần trăm, một phần là để đền bù cho sự tính trùng này.

Bảng 3
Tỷ suất Thuế thu nhập của Liên bang 2010

Bảng dữ liệu này minh họa thuế suất biên cho một người chịu thuế chưa lập gia đình. Thuế phải đóng phụ thuộc vào tất cả mức thuế suất biên tính theo mức thu nhập của một người. Ví dụ, một người có thu nhập $25.000 đóng 10 phần trăm của $8.375 đầu tiên, và 15 phần trăm của phần còn lại.

Thu nhập chịu thuế	Thuế suất là...
Dưới $8.375	10%
Từ $8.375 đến $34.000	15%
Từ $34.000 đến $82.400	25%
Từ $82.400 đến $171.850	28%
Từ $171.850 đến $373.650	33%
Trên $373.650	35%

Khoản mục cuối cùng, ký hiệu là "các khoản khác" ở Bảng 2, chiếm 8 phần trăm doanh thu. Khoản mục này bao gồm *thuế tiêu thụ đặc biệt* đánh lên các hàng đặc biệt như xăng dầu, thuốc lá, và đồ uống có cồn. Nó cũng bao gồm nhiều mục nhỏ khác như thuế bất động sản và thuế xuất nhập khẩu.

Chi tiêu Bảng 4 liệt kê chi tiêu của chính quyền liên bang năm 2009. Tổng chi tiêu là 3.518 tỷ đô la, hay 11.441 đô la mỗi người. Bảng này cũng phân chia chi tiêu của chính quyền liên bang thành các khoản mục chính yếu.

Khoản mục lớn nhất trong Bảng 4 là An sinh Xã hội, chiếm phần lớn trong tổng các khoản chi chuyển nhượng cho người già. *Chi chuyển nhượng* là các khoản chi trả của chính phủ mà không đòi hỏi trao đổi hàng hóa và dịch vụ. Khoản mục này chiếm 19 phần trăm chi tiêu của chính quyền liên bang năm 2009.

Khoản mục lớn thứ hai trong chi tiêu là quốc phòng. Khoản này bao gồm tiền lương cho lực lượng quân đội và chi phí mua sắm các thiết bị quân sự như súng, máy bay chiến đấu, và tàu chiến. Chi tiêu quốc phòng dao động theo thời gian khi các mối xung đột quốc tế và môi trường chính trị thay đổi. Hiển nhiên, chi tiêu cho quốc phòng tăng mạnh trong những năm giai đoạn chiến tranh. Chi tiêu quốc phòng đã tăng từ 17 lên 19 phần trăm tổng chi tiêu của chính quyền liên bang từ năm 2001 đến năm 2009 một phần là do cuộc chiến ở Iraq và Afghanistan.

Khoản mục thứ ba trong Bảng 4 là bảo trợ thu nhập, bao gồm các khoản chi trả chuyển nhượng cho các gia đình nghèo và người thất nghiệp. Một chương trình điển hình là Trợ giúp Tạm thời cho các Gia đình Khó khăn (TANF), thường được gọi là "phúc lợi". Một chương trình khác là Tem Lương thực, cung cấp cho gia đình nghèo tem phiếu dùng để mua lương thực. Một chương trình thứ ba là chi trả thất nghiệp, tức cung cấp thu nhập cho những người vừa mất việc trong một khoảng thời gian nhất định. Chính quyền liên bang chi trả một phần khoản tiền này cho chính quyền bang và địa phương để quản lý những chương trình này theo hướng dẫn của chính quyền liên bang. Chi tiêu cho bảo trợ thu nhập có xu hướng tăng lên khi nền kinh tế suy thoái, khi thu nhập của người dân giảm xuống và số lượng người thất nghiệp gia tăng. Điều này giải thích cho sự gia tăng của chi tiêu bảo trợ thu nhập trong tổng chi tiêu của chính quyền liên bang từ 13 đến 15 phần trăm giữa năm 2006 và 2009.

Chi tiêu cho sức khỏe cũng khá lớn trong ngân sách của chính quyền liên bang. Khoản mục thứ tư trong Bảng 4 là Medicare, chương trình sức khỏe của

Khoản mục	Tổng chi (Tỷ)	Chi tiêu bình quân đầu người	Phần trăm Chi tiêu
An sinh Xã hội	$ 683	$2.221	19%
Quốc phòng	661	2.150	19
Bảo trợ thu nhập	533	1.733	15
Medicare	430	1.398	12
Sức khỏe	334	1.086	9
Lãi ròng	187	608	5
Khác	690	2.244	20
Tổng	$3.518	$11.441	100%

Bảng 4
Chi tiêu của Chính quyền Liên bang 2009

Nguồn: *Báo cáo Kinh tế cho Tổng thống 2010*, Bảng B-81. Các cột có thể không cộng lại bằng tổng do làm tròn.

chính phủ dành cho người già. Khoản mục thứ năm trong bảng là những khoản chi tiêu khác cho sức khỏe bao gồm Medicaid, chương trình sức khỏe liên bang cho người nghèo, và chi tiêu cho các nghiên cứu y tế như các nghiên cứu được thực hiện thông qua Viện Quốc gia về Sức khỏe. Tổng chi tiêu cho sức khỏe chiếm khoảng một phần năm tổng ngân sách liên bang.

Tiếp đến trong danh sách là lãi ròng. Khi vay mượn từ ngân hàng, ngân hàng yêu cầu người đi vay trả lãi cho khoản vay. Tương tự, chính phủ cũng phải trả lãi khi vay mượn từ công chúng. Chính phủ càng nợ nhiều thì khoản tiền chính phủ phải dùng để trả lãi càng lớn hơn.

"Các khoản mục khác" trong Bảng 4 bao gồm những hoạt động ít tốn kém hơn của chính phủ. Ví dụ, nó bao gồm hệ thống tòa án liên bang, chương trình không gian, các chương trình hỗ trợ nông trại, các chương trình tín dụng nhà ở, và lương cho các thành viên Quốc hội và tổng thống.

Bạn có thể đã để ý rằng tổng doanh thu của chính quyền liên bang trong Bảng 2 thấp hơn tổng chi tiêu trong Bảng 4 khoảng 1.413 tỷ đô la. Trong trường hợp này, chúng ta nói rằng chính phủ bị **thâm hụt ngân sách**[1]. Khi doanh thu cao hơn chi tiêu, chúng ta nói rằng chính phủ có **thặng dư ngân sách**[2]. Chính phủ tài trợ thâm hụt ngân sách bằng cách vay mượn từ công chúng. Tức là, chính phủ bán các khoản nợ công cho khu vực tư, bao gồm các nhà đầu tư ở Hoa Kỳ và quốc tế. Khi có thặng dư ngân sách, chính phủ sử dụng phần doanh thu dư ra này để chi trả các khoản nợ hiện hành.

NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG

Thử thách tài khóa đang chờ đón

Năm 2009, chính quyền liên bang có một khoản thâm hụt ngân sách 1.413 tỷ đô la. Con số này tăng xấp xỉ tám lần so với mức thâm hụt năm 2007. Sự gia tăng thâm hụt ngân sách khủng khiếp này chủ yếu là do nền kinh tế đang trải qua thời kỳ suy thoái nặng nề; suy thoái có xu hướng làm tăng chi tiêu và làm giảm doanh thu của chính phủ. Tuy nhiên, sự gia tăng thâm hụt ngân sách trong ngắn hạn chỉ là phần nổi của một tảng băng chìm mà thôi: Những ước tính dài hạn của ngân sách nhà nước, với những quy định pháp luật hiện hành, cho thấy chính phủ sẽ chi tiêu nhiều hơn rất nhiều số tiền thuế thu được trong những thập kỷ tới. Đo lường bởi phần trăm của tổng sản phẩm quốc nội (tổng thu nhập trong nền kinh tế), doanh thu thuế được dự tính sẽ hầu như không thay đổi. Trong khi đó chi tiêu của chính phủ theo phần trăm của GDP được dự tính tăng lên đều đều và đáng kể trong vài thập kỷ tới.

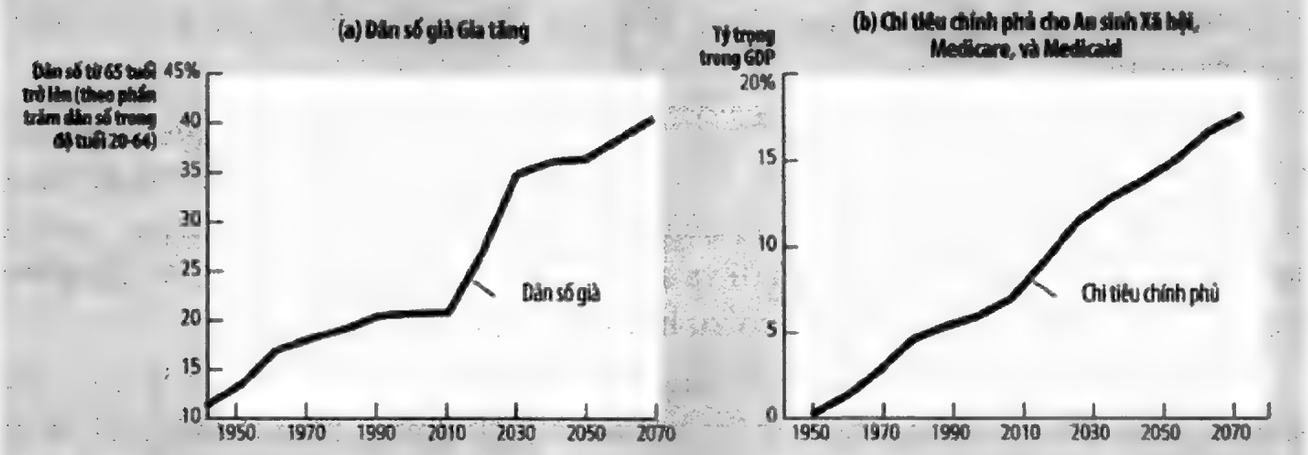
Một lý do của sự gia tăng trong chi tiêu chính phủ là chương trình An sinh Xã hội và Medicare cung cấp khá nhiều lợi ích cho người già, và phần trăm người

1. **Thâm hụt ngân sách**: khoản vượt trội của chi tiêu chính phủ so với doanh thu chính phủ.
2. **Thặng dư ngân sách**: khoản vượt trội của doanh thu chính phủ so với chi tiêu chính phủ.

Phần (a) minh họa phần trăm dân số Hoa Kỳ trên 65 tuổi trong tổng dân số từ 20 đến 64 tuổi. Sự gia tăng dân số già sẽ làm tăng áp lực lên ngân sách chính phủ.
Phần (b) minh họa chi tiêu của chính phủ cho An sinh Xã hội, Medicare, và Medicaid theo phần trăm của GDP. Dự tính cho tương lai này giả định sẽ không có gì thay đổi trong pháp luật hiện hành. Trừ khi những sự thay đổi về lợi ích được thông qua, chi tiêu chính phủ cho những chương trình này sẽ tăng một cách rõ rệt và đòi hỏi một sự tăng thuế lớn để chi trả cho chúng.

Hình 2
Thử thách Nhân khẩu và Tài khóa

Nguồn: Ủy ban Ngân sách Quốc hội.



già trong tổng dân số thì ngày càng tăng lên. Trong suốt nửa thế kỷ qua, tiến bộ y khoa và sự cải thiện trong lối sống đã giúp gia tăng đáng kể tuổi thọ. Vào năm 1950, một người đàn ông 65 tuổi có thể kỳ vọng sống thêm 13 năm nữa; bây giờ ông ta có thể kỳ vọng sống thêm 17 năm nữa. Tuổi thọ tăng thêm kỳ vọng của một người phụ nữ 65 tuổi ở năm 1950 là 16 năm và bây giờ là 20 năm. Cùng lúc đó, con người ta lại có ít con cái hơn. Năm 1950, một người phụ nữ điển hình có ba con. Ngày nay, con số này là khoảng hai con. Hệ quả của những gia đình nhỏ hơn này là hiện nay lực lượng lao động đang tăng chậm hơn so với trong quá khứ.

Hình 2(a) minh họa sự dịch chuyển nhân khẩu gây ra bởi sự kết hợp giữa tuổi thọ cao hơn và tỷ lệ sinh thấp hơn. Vào năm 1950, tỷ lệ dân số già bằng khoảng 14 phần trăm của dân số ở độ tuổi lao động. Bây giờ người già chiếm khoảng 21 phần trăm của dân số ở độ tuổi lao động, và con số này sẽ tăng lên khoảng 40 phần trăm trong vòng 50 năm tới. Nhìn nhận những con số dự tính này một cách trực diện chúng ta thấy rằng, vào năm 1950 có khoảng 7 người trong độ tuổi lao động trên mỗi một người già, trong khi đó vào năm 2050 con số này chỉ là 2,5. Hệ quả là sẽ có ít người lao động đóng thuế hơn để hỗ trợ cho các lợi ích mà chính phủ cung cấp cho người già.

Một xu hướng có liên quan thứ hai sẽ ảnh hưởng chi tiêu chính phủ trong những thập niên tới là sự gia tăng trong chi phí chăm sóc sức khỏe. Chính phủ cung cấp các dịch vụ chăm sóc sức khỏe cho người già thông qua hệ thống Medicare và người nghèo thông qua Medicaid. Khi chi phí chăm sóc sức khỏe gia tăng, chi tiêu chính phủ cho những chương trình này cũng sẽ gia tăng.

Các nhà hoạch định chính sách đã kiến nghị rất nhiều giải pháp để chặn đứng sự gia tăng trong chi phí chăm sóc sức khỏe như giảm thiểu khiếu kiện trong hệ thống chăm sóc sức khỏe, khuyến khích cạnh tranh cao hơn giữa các nhà cung ứng dịch vụ chăm sóc sức khỏe, và thúc đẩy ứng dụng công nghệ thông tin nhiều

hơn. Vào năm 2010, Tổng thống Obama đã ký một đạo luật cải tổ chăm sóc sức khỏe với mục tiêu mở rộng độ che phủ của bảo hiểm sức khỏe và giảm sự gia tăng trong chi phí chăm sóc sức khỏe. Tuy nhiên, nhiều nhà kinh tế sức khỏe tin rằng những biện pháp này sẽ chỉ có tác động một cách hạn chế trong việc giảm thiểu chi tiêu của chính phủ cho chăm sóc sức khỏe. Lý do chính yếu của sự gia tăng trong chi phí chăm sóc sức khỏe là những tiến bộ y khoa cung cấp những phương pháp mới hơn và tốt hơn nhưng lại tốn kém hơn để kéo dài và cải thiện cuộc sống của chúng ta.

Hình 2(b) minh họa chi tiêu của chính phủ cho An sinh Xã hội, Medicare, và Medicaid theo phần trăm của GDP. Chi tiêu cho những chương trình này đã tăng từ dưới 1 phần trăm vào năm 1950 đến bây giờ là khoảng 10 phần trăm. Sự kết hợp của một dân số ngày càng già đi và sự gia tăng của chi phí chăm sóc sức khỏe dự kiến sẽ kéo dài và thậm chí là có xu hướng tăng nhanh hơn nữa.

Hoa Kỳ sẽ đối phó với những gia tăng chi tiêu này như thế nào vẫn là một câu hỏi mở. Chỉ đơn giản tăng thêm thâm hụt ngân sách không phải là một giải pháp khả thi. Thâm hụt ngân sách chỉ đẩy chi phí của chi tiêu chính phủ lên vai của thế hệ những người đóng thuế trong tương lai, thế hệ này sẽ thừa hưởng một nhà nước nợ nần chồng chất nhiều hơn. Trong dài hạn, chính phủ cần phải trả cho những gì họ tiêu xài.

Một số nhà kinh tế tin rằng để chi trả cho những khoản chi tiêu này, chúng ta sẽ cần phải tăng thuế một cách đáng kể. Nếu như vậy, xu hướng dài hạn mà chúng ta đã thấy ở trong Hình 1 sẽ tiếp tục. Chi tiêu cho An sinh Xã hội, Medicare, và Medicaid dự kiến sẽ tăng thêm khoảng 10 phần trăm GDP. Bởi vì thu thuế hiện nay đã khoảng 30 phần trăm GDP, chúng ta sẽ cần gia tăng tất cả các loại thuế khoảng một phần ba để chi trả cho những chương trình phúc lợi này.

Một số nhà kinh tế khác tin rằng thuế suất cao như vậy sẽ áp đặt một chi phí quá lớn với những lao động trẻ. Họ tin rằng các nhà hoạch định chính sách nên giảm thiểu từ bây giờ những lời hứa mà họ dành cho người già trong tương lai và cùng lúc đó nên khuyến khích con người có trách nhiệm hơn trong việc chăm sóc cho chính mình khi họ già đi. Điều này có thể đi kèm với việc gia tăng tuổi nghỉ hưu thông thường, trong khi khuyến khích tiết kiệm trong những năm làm việc để chuẩn bị cho chi phí sức khỏe và nghỉ hưu của chính mình.

Quyết định cuối cùng có khả năng sẽ là một kết hợp của các giải pháp này. Rõ ràng, giải quyết cuộc tranh cãi này là một trong những thử thách đang chờ đón. ■

Chính quyền bang và địa phương

Chính quyền bang và địa phương thu khoảng 40 phần trăm của tất cả các loại thuế. Chúng ta hãy xem họ thu thuế và chi tiêu như thế nào.

Doanh thu Bảng 5 cho thấy doanh thu của chính quyền bang và địa phương ở Hoa Kỳ. Tổng doanh thu vào năm 2007 là 2.329 tỷ đô la, hay 7.547 đô la trên mỗi người dân. Bảng thông tin này cũng cho thấy con số tổng hợp này được phân chia giữa các loại thuế khác nhau như thế nào.

Bảng 5
Doanh thu của Chính quyền Bang và Địa phương: 2007

Thuế	Doanh thu (Tỷ)	Doanh thu bình quân đầu người	Phần trăm Doanh thu
Thuế doanh thu	$ 439	$1.426	19%
Thuế tài sản	383	1.246	16
Thuế thu nhập cá nhân	289	941	12
Thuế thu nhập doanh nghiệp	61	197	3
Từ chính quyền liên bang	468	1.521	20
Khác	690	2.244	30
Tổng	$2.329	$7.574	100%

Nguồn: *Báo cáo Kinh tế cho Tổng thống*, 2010, Bảng B-86. Các cột có thể không cộng lại bằng tổng do làm tròn.

Hai loại thuế quan trọng nhất cho chính quyền bang và địa phương là thuế doanh thu và thuế tài sản. Thuế doanh thu được tính theo phần trăm của tổng số tiền chi tiêu tại các cửa hàng bán lẻ. Mỗi khi một khách hàng mua một thứ gì đó, anh ta hay cô ta trả thêm cho người bán hàng một lượng tiền mà người bán hàng sẽ chuyển lại cho chính phủ. (Một số bang miễn thuế doanh thu cho một số hàng hóa được cho là thiết yếu như thực phẩm và áo quần.) Thuế tài sản được thu dựa trên phần trăm của giá trị đất đai và nhà cửa ước lượng, và chủ sở hữu tài sản phải trả khoản thuế này. Tổng cộng, hai loại thuế này chiếm hơn một phần ba tổng doanh thu thuế của chính quyền bang và địa phương.

Chính quyền bang và địa phương cũng thu thuế thu nhập cá nhân và doanh nghiệp. Trong nhiều trường hợp, thuế thu nhập của bang và địa phương cũng tương tự như thuế thu nhập của liên bang. Trong một số trường hợp khác, mọi thứ khá là khác nhau. Ví dụ, một số bang đánh thuế thu nhập từ lương ít nặng nề hơn thu nhập từ lãi tiền gửi và cổ tức. Một số bang không đánh thuế thu nhập.

Chính quyền bang và địa phương cũng nhận được những nguồn tài trợ đáng kể từ chính quyền liên bang. Trong một phạm vi nào đó, chính sách chia sẻ doanh thu của chính quyền liên bang với chính quyền bang tái phân phối nguồn quỹ từ những bang có thu nhập cao (đóng nhiều thuế hơn) đến những bang có thu nhập thấp (nhận được nhiều lợi ích hơn). Những nguồn quỹ này thông thường được gắn kết với một số chương trình cụ thể mà chính quyền liên bang muốn trợ cấp.

Cuối cùng, khá nhiều doanh thu của chính quyền bang và địa phương đến từ nhiều nguồn khác tổng hợp trong mục "các khoản khác" ở Bảng 5. Những nguồn này bao gồm giấy phép đi câu và săn bắn, phí cầu đường, và tiền vé xe buýt và tàu điện ngầm công cộng.

Chi tiêu Bảng 6 liệt kê tổng chi tiêu của chính quyền bang và địa phương vào năm 2007 và phân chia nó thành nhiều khoản mục chính.

Bảng 6
Chi tiêu của Chính quyền Bang và Địa phương: 2007

Khoản mục	Chi tiêu (Tỷ đô la)	Chi tiêu bình quân đầu người (đô la)	Phần trăm chi tiêu
Giáo dục	$ 777	$2.526	34%
Phúc lợi Công	389	1.266	17
Đường cao tốc	145	471	6
Khác	955	3.105	42
Tổng số	$2.265	$7.367	100%

Đến nay, khoản chi tiêu lớn nhất của chính quyền bang và địa phương là giáo dục. Chính quyền địa phương chi trả cho các trường công để cung cấp giáo dục cho hầu hết các sinh viên từ nhà trẻ đến trường cấp ba. Chính quyền bang đóng góp trong việc duy trì các trường đại học công. Vào năm 2007, giáo dục chiếm khoảng một phần ba chi tiêu của chính quyền bang và địa phương.

Khoản mục lớn thứ hai trong chi tiêu là phúc lợi nhà nước, bao gồm chi trả chuyển nhượng cho người nghèo. Khoản mục này cũng bao gồm một số chương trình liên bang được quản lý bởi chính quyền bang và địa phương. Khoản mục tiếp theo là đường cao tốc, bao gồm việc xây dựng những con đường mới và bảo trì những con đường cũ. Mục "các khoản khác" khá lớn trong Bảng 6 bao gồm nhiều dịch vụ khác cung cấp bởi chính quyền bang và địa phương ví dụ như thư viện, cảnh sát, dọn rác, phòng cháy chữa cháy, bảo dưỡng công viên, và dọn tuyết.

KIỂM TRA NHANH: *Hai nguồn thu thuế quan trọng nhất của chính quyền liên bang là gì?*
• *Hai nguồn thu thuế quan trọng nhất của chính quyền bang và địa phương là gì?*

THUẾ VÀ HIỆU QUẢ

Chúng ta đã xem xét cách thức mà các cấp chính quyền ở Hoa Kỳ huy động và chi tiêu ngân quỹ quốc gia, bây giờ chúng ta sẽ phân tích cách thức đánh giá chính sách thuế và thiết kế hệ thống thuế của họ. Mục tiêu chính yếu của một hệ thống thuế là huy động nguồn thu cho chính phủ, nhưng có rất nhiều cách để huy động bất cứ lượng tiền nào mà chính phủ muốn. Khi lựa chọn giữa nhiều hệ thống thuế khác nhau, các nhà hoạch định chính sách có hai mục tiêu: hiệu quả và công bằng.

Một hệ thống thuế hiệu quả nếu nó có thể huy động cùng một lượng doanh thu với một chi phí thấp hơn cho những người đóng thuế. Chi phí của thuế đối với người đóng thuế là gì? Chi phí rõ ràng nhất chính là số tiền phải đóng thuế. Sự chuyển giao nguồn tiền từ người đóng thuế sang chính phủ là một đặc tính không thể không có trong các hệ thống thuế. Tuy nhiên thuế còn sinh ra hai loại chi phí khác mà một chính sách thuế được thiết kế tốt luôn cố gắng né tránh, hoặc ít ra là tối thiểu hóa chúng:

- Những khoản tổn thất vô ích gây ra bởi sự bóp méo của thuế đối với các quyết định của con người.
- Gánh nặng hành chính mà người đóng thuế phải chịu khi thực hiện các luật thuế.

Một hệ thống thuế hiệu quả là một hệ thống chỉ gây ra một số lượng nhỏ các tổn thất vô ích và gánh nặng hành chính.

Tổn thất vô ích

Một trong *Mười Nguyên lý của Kinh tế học* nói rằng con người phản ứng với các khuyến khích, và ở đây bao gồm các khuyến khích do hệ thống thuế tạo ra. Nếu chính phủ đánh thuế kem, người ta sẽ ăn ít kem hơn và ăn nhiều yogurt đông lạnh hơn. Nếu chính phủ đánh thuế nhà, người ta sẽ sống trong những ngôi nhà nhỏ

hơn và sử dụng thu nhập của họ cho những thứ khác nhiều hơn. Nếu chính phủ đánh thuế thu nhập từ lao động, người ta sẽ làm việc ít lại và tận hưởng nhàn rỗi nhiều hơn.

Bởi vì thuế bóp méo các khuyến khích, chúng gây ra tổn thất vô ích. Như chúng ta đã thảo luận trước đây ở Chương 8, tổn thất vô ích của thuế là phần giảm sút trong phúc lợi kinh tế của người đóng thuế vượt quá số tiền thuế thu được bởi chính phủ. Tổn thất vô ích là sự không hiệu quả mà thuế gây ra vì lúc này người ta phân bổ nguồn lực theo các khuyến khích của thuế thay vì là chi phí và lợi ích thực của hàng hóa và dịch vụ mà họ mua và bán.

Để nhắc lại cách thức mà thuế gây ra tổn thất vô ích, hãy xem xét ví dụ sau. Giả sử Joe ấn định 8 đô la giá trị cho một cái bánh pizza, và con số này với Jane là 6 đô la. Nếu không có thuế đánh lên pizza, giá của pizza sẽ phản ánh chi phí sản xuất ra nó. Giả sử giá của pizza là 5 đô la, vì thế cả Joe và Jane quyết định mua pizza. Cả hai người tiêu dùng của chúng ta đều có được một ít thặng dư từ chênh lệch giữa giá trị và khoản tiền phải trả. Joe có được thặng dư tiêu dùng là 3 đô la. Và con số này với Jane là 1 đô la. Tổng thặng dư là 4 đô la.

Bây giờ giả sử chính phủ đánh thuế 2 đô la lên pizza và mức giá pizza tăng lên 7 đô la. (Điều này xảy ra khi đường cung là hoàn toàn co giãn.) Joe vẫn mua pizza, nhưng bây giờ thặng dư tiêu dùng của anh ta chỉ là 1 đô la. Còn Jane quyết định không mua pizza bởi vì giá của pizza cao hơn giá trị của nó đối với cô ta. Chính phủ thu thuế 2 đô la từ cái pizza mà Joe mua. Tổng thặng dư tiêu dùng đã giảm xuống 3 đô la (từ 4 đô la xuống 1 đô la). Bởi vì tổng thặng dư giảm xuống nhiều hơn là doanh thu thuế, thuế gây ra tổn thất vô ích. Trong trường hợp này, tổn thất vô ích là 1 đô la.

Chú ý rằng tổn thất vô ích không phải đến từ Joe, người đóng thuế, mà từ Jane, người không đóng thuế. Sự giảm sút 2 đô la trong thặng dư của Joe cân bằng với lượng thuế mà chính phủ thu được.

Tổn thất vô ích xuất hiện bởi vì thuế khiến Jane thay đổi hành vi của cô ta. Khi thuế làm tăng giá pizza, Jane bị thiệt hại, và rõ ràng là không có phần thu thuế nào của chính phủ tăng lên tương ứng. Sự giảm sút này trong phúc lợi của Jane là tổn thất vô ích của thuế.

NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG — *Nên đánh thuế thu nhập hay tiêu dùng?*

Khi thuế khiến người ta thay đổi hành vi của họ – ví dụ như khiến Jane mua ít pizza hơn – nó gây ra tổn thất vô ích và khiến cho sự phân bổ nguồn lực kém hiệu quả hơn. Như chúng ta đã thấy, phần lớn nguồn thu của chính phủ đến từ thuế thu nhập cá nhân. Trong một tình huống ở Chương 8, chúng ta đã thảo luận cách thức mà loại thuế này khiến con người làm việc không chăm chỉ như khi không có nó. Một sự kém hiệu quả khác gây ra bởi loại thuế này đến từ việc nó xui khiến người ta tiết kiệm ít lại.

Hãy xem xét một người đàn ông 25 tuổi đang tính toán tiết kiệm 1.000 đô la. Nếu ông ta gửi số tiền này vào một tài khoản ngân hàng với lãi suất 8 phần trăm

một năm và để đó đến khi ông ta về hưu ở tuổi 65, ông ta sẽ có 21.720 đô la. Tuy nhiên, nếu chính phủ đánh thuế một phần tư thu nhập từ lãi tiền gửi, lãi suất thực sự mà người đàn ông nhận được chỉ là 6 phần trăm. Sau 40 năm gửi tiền với lãi suất 6 phần trăm một năm, 1.000 đô la sẽ chỉ tăng lên thành 10.290 đô la, ít hơn một nửa so với trường hợp không có loại thuế này. Vì vậy, tiết kiệm ít hấp dẫn hơn bởi thu nhập từ lợi tức tiền gửi bị đánh thuế.

Một số nhà kinh tế ủng hộ việc loại trừ những khuyến khích bất lợi của hệ thống thuế hiện hành đối với tiết kiệm bằng cách thay đổi đối tượng đánh thuế. Thay vì đánh thuế số lượng thu nhập mà người ta kiếm được, chính phủ có thể đánh thuế số lượng mà người ta tiêu dùng. Với đề xuất này, tất cả thu nhập được tiết kiệm sẽ không bị đánh thuế cho tới khi khoản tiết kiệm được đem ra tiêu dùng. Hệ thống thuế mới này được gọi là *thuế tiêu dùng*, sẽ không bóp méo các quyết định tiết kiệm của các cá nhân.

Rất nhiều điều khoản của luật thuế hiện hành đã phần nào hướng hệ thống thuế theo hướng thuế tiêu dùng. Người đóng thuế có thể gửi một số lượng nhất định tiền tiết kiệm của họ vào các tài khoản đặc biệt – ví dụ như Tài khoản Nghỉ hưu Cá nhân và Kế hoạch 401(k) – được miễn thuế cho đến khi lượng tiền này được rút ra khi về hưu. Đối với những người tiết kiệm thông qua các tài khoản nghỉ hưu này, hóa đơn thuế của họ thực sự được tính dựa trên tiêu dùng hơn là thu nhập.

Các quốc gia ở châu Âu có xu hướng dựa vào thuế tiêu dùng nhiều hơn là Hoa Kỳ. Hầu hết các quốc gia này thu một lượng thuế đáng kể thông qua thuế giá trị gia tăng, hay VAT. VAT cũng tương tự như thuế hàng bán ở các cửa hàng bán lẻ mà nhiều bang ở Hoa Kỳ áp dụng, nhưng thay vì thu thuế ở cấp bán lẻ khi người tiêu dùng mua hàng hóa cuối cùng, chính phủ thu thuế ở những giai đoạn mà hàng hóa được sản xuất (tức là, khi các doanh nghiệp đưa giá trị thêm vào hàng hóa dọc theo quá trình sản xuất).

Nhiều nhà hoạch định chính sách đã đề xuất luật thuế nên tiến xa hơn theo hướng đánh thuế tiêu dùng hơn là thu nhập. Năm 2005, nhà kinh tế Alan Greenspan, Chủ tịch Quỹ dự trữ Liên bang, đã đưa ra lời khuyên sau đây cho ủy ban tổng thống về cải tổ luật thuế: "Như các bạn biết, nhiều nhà kinh tế tin rằng thuế tiêu dùng sẽ là tốt nhất trên quan điểm thúc đẩy tăng trưởng kinh tế – đặc biệt là khi chúng ta thiết kế hệ thống thuế từ ban đầu – bởi vì thuế tiêu dùng có khả năng khuyến khích tiết kiệm và tạo lập vốn. Tuy nhiên, có cả một tổ hợp các vấn đề thách thức trong giai đoạn chuyển đổi từ hệ thống thuế hiện tại đến thuế tiêu dùng." ■

Gánh nặng hành chính

Nếu bạn hỏi ý kiến một người điển hình vào ngày 15 tháng Tư về hệ thống thuế, bạn có thể nhận được nhiều phàn nàn (có lẽ là xối xả với những lời chửi thề) về sự đau đầu khi họ điền vào báo cáo thuế. Gánh nặng hành chính của bất kỳ hệ thống thuế nào cũng là một phần của sự không hiệu quả mà nó gây ra. Gánh nặng này không chỉ bao gồm thời gian sử dụng vào những ngày đầu tháng Tư để điền vào báo cáo

thuế mà còn là thời gian tốn kém trong suốt cả năm để giữ những chứng từ cho mục đích khai báo thuế và nguồn lực mà chính phủ phải dùng để thực thi luật thuế.

Rất nhiều người – đặc biệt là những người có thu nhập rơi vào các mức khung chịu thuế cao – thuê luật sư về thuế và kế toán để giúp họ quản lý thuế. Những chuyên gia về những luật thuế phức tạp này lập báo cáo thuế cho khách hàng của họ và giúp họ sắp xếp các hoạt động cá nhân nhằm giảm thiểu số lượng thuế phải đóng. Hành vi né tránh thuế này là hợp pháp, và hoàn toàn khác với những hành vi trốn thuế bất hợp pháp.

Những người chỉ trích hệ thống thuế của chúng ta nói rằng những vị cố vấn này giúp đỡ khách hàng của họ né tránh thuế bằng cách lạm dụng một vài điều khoản chi tiết của luật thuế, thường được gọi là "lỗ hổng". Trong một số trường hợp, các lỗ hổng là lỗi của Quốc hội: Chúng đến từ những điểu mập mờ hoặc bỏ sót của luật thuế. Thường xuyên hơn, chúng bắt nguồn từ việc Quốc hội ban hành những điều khoản đặc biệt cho những loại hành vi cụ thể nào đó. Ví dụ, luật thuế liên bang Hoa Kỳ cung cấp những điều khoản có lợi cho các nhà đầu tư vào trái phiếu đô thị bởi vì Quốc hội muốn giúp cho chính quyền bang và địa phương có thể vay mượn dễ dàng hơn. Trong một phạm vi nào đó, điều khoản này làm lợi cho các bang và địa phương, và cũng trong một phạm vi nào đó, nó làm lợi cho những đối tượng chịu thuế có thu nhập cao. Hầu hết các lỗ hổng đều được biết đến bởi những người làm luật thuế trong Quốc hội, nhưng những gì là lỗ hổng với một người chịu thuế này có thể trông giống như một sự giảm trừ thuế hợp lý đối với những người khác.

Nguồn lực được sử dụng để tuân thủ theo luật thuế là một dạng tổn thất vô ích. Chính phủ chỉ nhận được phần tiền đóng thuế. Trái lại, người chịu thuế tổn thất không chỉ phần đóng thuế này mà còn là thời gian và tiền sử dụng cho việc lưu trữ, tính toán, và né tránh thuế.

Gánh nặng hành chính của hệ thống thuế có thể được giảm thiểu bằng cách đơn giản hóa luật thuế. Tuy nhiên vấn đề này thường khá khó khăn về mặt chính trị. Hầu hết mọi người đều sẵn sàng đơn giản hóa luật thuế bằng cách loại trừ những lỗ hổng làm lợi cho những người khác, nhưng ít ai muốn từ bỏ những lỗ hổng làm lợi cho chính họ. Kết cục là quy trình chính trị mà ở đó những người chịu thuế với lợi ích cá nhân của họ vận động hành lang đã sinh ra sự phức tạp của luật thuế.

Thuế suất biên hay thuế suất trung bình

Khi thảo luận vấn đề hiệu quả và công bằng của thuế thu nhập, các nhà kinh tế phân biệt giữa hai khái niệm thuế suất: trung bình và biên. **Thuế suất trung bình**[1] là tổng số thuế phải trả chia cho tổng thu nhập. **Thuế suất biên**[2] là phần thuế phải trả tăng thêm cho mỗi đơn vị đô la tăng thêm trong thu nhập.

1. **Thuế suất trung bình**: tổng lượng thuế phải nộp chia cho tổng thu nhập.
2. **Thuế suất biên**: tiền thuế tăng thêm khi thu nhập tăng thêm một đô la.

Ví dụ, giả sử chính phủ đánh thuế 20 phần trăm đối với $50.000 thu nhập đầu tiên và 50 phần trăm đối với tất cả thu nhập trên $50.000. Với luật thuế này, một người với thu nhập $60.000 đóng thuế $15.000: 20 phần trăm của $50.000 đầu tiên (0,20 x $50.000 = $10.000) và 50 phần trăm của $10.000 tiếp theo (0,50 x $10.000 = $5.000). Với người này, thuế suất trung bình là $15.000/$60.000, hay 25 phần trăm. Nhưng thuế suất biên là 50 phần trăm. Nếu họ có thêm một đô la thu nhập, đô la đó sẽ phải chịu thuế suất là 50 phần trăm, vì thế lượng thuế phải đóng cho chính phủ sẽ tăng thêm $0,50.

Thuế suất biên và thuế suất trung bình đều chứa đựng những thông tin quan trọng. Nếu chúng ta muốn tính toán phần đóng góp của những người chịu thuế, thuế suất trung bình sẽ phù hợp hơn bởi nó đo lường phần thu nhập sử dụng để đóng thuế. Trái lại, nếu chúng ta muốn tính toán xem hệ thống thuế bóp méo các động cơ đến mức nào, thuế suất biên sẽ có ý nghĩa hơn. Một trong *Mười Nguyên lý của Kinh tế học* trong Chương 1 nói rằng con người duy lý cân nhắc giá trị biên. Một hệ quả của nguyên lý này là thuế suất biên đo lường mức độ mà hệ thống thuế làm nản lòng người làm việc. Nếu bạn đang cân nhắc làm việc thêm một số giờ nữa, thuế suất biên chỉ ra mức thuế mà chính phủ sẽ lấy đi từ thu nhập tăng thêm của bạn. Vì thế, thuế suất biên quyết định tổn thất vô ích của thuế thu nhập.

Thuế đồng nhất

Giả sử chính phủ thu thuế 4.000 đô la đối với tất cả mọi người. Tức là mỗi người đều đóng thuế một lượng như nhau, bất kể thu nhập hay bất kỳ hành động nào của họ. Một loại thuế như vậy gọi là **thuế đồng nhất**[1].

Thuế đồng nhất minh họa rõ ràng cho sự khác biệt giữa thuế suất trung bình và thuế suất biên. Với một người chịu thuế có thu nhập 20.000 đô la, thuế suất trung bình của 4.000 đô la thuế đồng nhất là 20 phần trăm; với một người chịu thuế có thu nhập 40.000 đô la, thuế suất trung bình là 10 phần trăm. Với cả hai người này, thuế suất biên là bằng không bởi vì họ không phải đóng thuế cho mỗi đô la tăng thêm của thu nhập.

Thuế đồng nhất là loại thuế hiệu quả nhất có thể. Bởi vì quyết định của một người không làm thay đổi lượng thuế mà họ phải đóng, thuế đồng nhất không bóp méo động cơ, và vì thế không gây ra tổn thất vô ích. Bởi vì ai cũng có thể dễ dàng tính toán lượng thuế phải đóng và bởi vì thuê luật sư và kế toán thuế không có lợi gì, thuế đồng nhất tạo ra gánh nặng hành chính nhỏ nhất đối với người chịu thuế.

Nếu thuế đồng nhất hiệu quả như vậy, tại sao chúng ta hiếm khi thấy chúng trong thực tế? Lý do là hiệu quả chỉ là một mục tiêu của hệ thống thuế. Thuế đồng nhất sẽ thu một lượng như nhau đối với người nghèo lẫn người giàu, một chính sách mà hầu hết mọi người đều cho rằng là không công bằng. Để hiểu rõ hệ thống thuế mà chúng ta thấy trong thực tế, chúng ta phải phân tích một mục tiêu chính yếu khác của chính sách thuế: công bằng.

---

1. **Thuế đồng nhất**: thuế thu một mức như nhau đối với tất cả mọi người.

KIỂM TRA NHANH: *Tính hiệu quả của một hệ thống thuế là gì? • Điều gì có thể làm cho một hệ thống thuế không hiệu quả?*

THUẾ VÀ CÔNG BẰNG

Kể từ khi những người đi khai hoang thuộc địa ở Hoa Kỳ đổ bỏ trà nhập khẩu xuống cảng Boston để phản đối mức thuế quá cao của Anh Quốc, chính sách thuế đã luôn là một trong những chủ đề tranh cãi nóng nhất trong chính trường Hoa Kỳ. Sức nóng ít khi đến từ những câu hỏi về tính hiệu quả. Thay vào đó, nó đến từ những bất đồng xung quanh vấn đề phân phối gánh nặng của thuế. Thượng nghị sĩ Russell Long đã từng nhại lại cuộc tranh luận này với câu hát:

> Đừng đánh thuế bạn.
>
> Đừng đánh thuế tôi.
>
> Hãy đánh thuế cái gã đằng sau cái cây kia.

Tất nhiên, nếu chúng ta phải dựa vào chính phủ để cung cấp một số hàng hóa và dịch vụ mà chúng ta cần, thì phải có một ai đó đóng thuế. Trong phần này, chúng ta xem xét tính công bằng của một hệ thống thuế. Gánh nặng của thuế nên được phân chia như thế nào cho toàn dân số? Làm thế nào để đánh giá một hệ thống thuế là công bằng? Tất cả mọi người đều đồng ý rằng hệ thống thuế nên công bằng, nhưng có rất nhiều bất đồng về khái niệm công bằng và cách thức đánh giá tính công bằng của một hệ thống thuế.

Nguyên lý lợi ích

Một nguyên lý của thuế, được gọi là **nguyên lý lợi ích**[1], cho rằng con người ta nên đóng thuế dựa trên lợi ích họ nhận được từ các dịch vụ do chính phủ cung cấp. Nguyên lý này cố gắng đối xử hàng hóa công giống như hàng hóa tư. Việc một người thường xuyên đi xem phim trả tổng số tiền vé nhiều hơn so với một người ít khi đi xem phim có vẻ như là công bằng. Tương tự, một người nhận được nhiều lợi ích từ một hàng hóa công nên trả nhiều tiền hơn cho nó so với một người nhận được ít lợi ích.

Ví dụ, thuế xăng dầu đôi khi có thể được biện minh dựa trên nguyên lý lợi ích. Ở một số bang, doanh thu từ thuế xăng dầu được sử dụng để xây dựng và bảo dưỡng đường sá. Bởi vì người mua xăng dầu cũng chính là người sử dụng hệ thống đường sá, thuế xăng dầu có thể được xem là một cách công bằng để trả cho các dịch vụ cung cấp bởi chính phủ.

Nguyên lý lợi ích cũng có thể được dùng để tranh cãi rằng những công dân giàu có nên đóng nhiều thuế hơn những công dân nghèo. Tại sao? Đơn giản là vì người giàu hưởng lợi nhiều hơn từ các dịch vụ công. Ví dụ như dịch vụ phòng

1. **Nguyên lý lợi ích**: ý tưởng cho rằng cá nhân nên đóng thuế dựa trên lợi ích mà họ nhận được từ các dịch vụ của chính phủ.

Bảng 7
Ba hệ thống thuế

	Thuế Tỷ lệ không đổi		Thuế Lũy thoái		Thuế Lũy tiến	
Thu nhập	Số lượng Thuế	Phần trăm thu nhập	Số lượng Thuế	Phần trăm thu nhập	Số lượng Thuế	Phần trăm thu nhập
$50.000	$12.500	25%	$15.000	30%	$10.000	20%
100.000	25.000	25	25.000	25	25.000	25
200.000	50.000	25	40.000	20	60.000	30

chống trộm của cảnh sát. Công dân có nhiều tài sản cần được bảo vệ hưởng lợi nhiều hơn từ lực lượng cảnh sát so với công dân có ít tài sản cần được bảo vệ. Vì thế, theo nguyên lý lợi ích, người giàu nên đóng góp nhiều hơn người nghèo để chi trả cho chi phí duy trì lực lượng cảnh sát. Tranh luận tương tự có thể được áp dụng cho nhiều dịch vụ công khác như phòng cháy chữa cháy, quốc phòng, và hệ thống tòa án.

Chúng ta thậm chí có thể sử dụng nguyên lý lợi ích để tranh cãi cho các chương trình chống nghèo tài trợ bởi thuế thu từ người giàu. Như đã thảo luận ở Chương 11, con người ta có thể thích sống trong một xã hội mà không có người nghèo, điều đó có nghĩa là chương trình chống nghèo là một hàng hóa công. Nếu người giàu định giá hàng hóa công này cao hơn tầng lớp trung lưu, có lẽ chỉ vì người giàu có nhiều tiền để xài hơn, thì theo nguyên lý lợi ích, họ nên đóng thuế nhiều hơn để chi trả cho những chương trình này.

Nguyên lý khả năng chi trả

Một nguyên lý khác để đánh giá tính công bằng của một hệ thống thuế được gọi là nguyên lý khả năng chi trả, nguyên lý này cho rằng thuế nên phân bổ cho một người dựa trên khả năng đóng góp của người đó. Nguyên lý này đôi khi được biện minh bởi lập luận tất cả công dân nên "hy sinh như nhau" để hỗ trợ chính phủ. Tuy nhiên, độ lớn của mức đóng góp không chỉ phụ thuộc vào kích cỡ của mức đóng thuế mà còn phụ thuộc vào thu nhập và những yếu tố khác. Một khoản đóng thuế 1.000 đô la bởi một người nghèo có thể đòi hỏi một sự hy sinh lớn hơn một khoản đóng thuế 10.000 đô la bởi một người giàu.

Nguyên lý khả năng chi trả dẫn đến hai khái niệm kèm theo của công bằng: công bằng dọc và công bằng ngang. **Công bằng dọc**[1] cho rằng những người có khả năng đóng thuế cao hơn nên đóng thuế nhiều hơn. **Công bằng ngang**[2] nói rằng những người có khả năng đóng thuế như nhau nên đóng góp những khoản bằng nhau. Những khái niệm này của công bằng được chấp nhận rộng rãi, nhưng ứng dụng chúng để đánh giá một hệ thống thuế thì thường không dễ dàng chút nào.

1. **Công bằng dọc**: ý tưởng cho rằng những người có khả năng đóng thuế cao hơn nên đóng thuế nhiều hơn.
2. **Công bằng ngang**: ý tưởng cho rằng những người nộp thuế với năng lực đóng thuế như nhau nên nộp một khoản thuế như nhau.

Bảng 8
Gánh nặng của Thuế Liên bang

Phân vị	Thu nhập trung bình	Thuế tính theo phần trăm thu nhập	Phần trăm Tổng thu nhập	Phần trăm tổng các thuế
Thấp nhất	$ 17.200	4,3%	3,9%	0,8%
Thứ hai	39.400	10,2	8,4	4,1
Trung vị	60.700	14,2	13,2	9,1
Thứ tư	89.500	17,6	19,5	16,5
Cao nhất	248.400	25,8	55,7	69,3
1% cao nhất	1.743.700	31,2	18,8	28,3

Nguồn: Ủy ban Ngân sách Quốc hội.
Dữ liệu năm 2006

Công bằng dọc Nếu thuế nên dựa vào khả năng chi trả thì người giàu hơn nên đóng thuế nhiều hơn người nghèo. Nhưng chính xác là nhiều hơn bao nhiêu? Tranh cãi về chính sách thuế hầu hết quan tâm câu hỏi này.

Hãy xem xét ba hệ thống thuế trong Bảng 7. Trong mỗi trường hợp, người có thu nhập cao hơn đóng thuế nhiều hơn. Tất nhiên, các hệ thống thuế khác nhau về mức độ gia tăng của mức thuế theo thu nhập.

Hệ thống thứ nhất được gọi là **thuế tỷ lệ không đổi**[1] bởi vì tất cả những người đóng thuế đóng một tỷ lệ như nhau trong thu nhập của họ. Hệ thống thứ hai được gọi là **lũy thoái**[2] vì người có thu nhập cao đóng một tỷ lệ thuế thấp hơn trong thu nhập của họ, ngay cả khi mức đóng thuế tuyệt đối là lớn hơn. Hệ thống thứ ba được gọi là **lũy tiến**[3] bởi vì người có thu nhập cao đóng một tỷ lệ thuế cao hơn trong thu nhập của họ.

Hệ thống thuế nào là công bằng nhất? Không có câu trả lời dứt khoát cho câu hỏi này, và lý thuyết kinh tế không giúp ích gì trong việc tìm ra một câu trả lời như thế. Công bằng, cũng giống như sắc đẹp, phụ thuộc vào quan điểm của mỗi người.

NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG *Gánh nặng thuế được phân bổ như thế nào?*

Hầu hết các cuộc tranh cãi về chính sách thuế đều xoay quanh vấn đề liệu người giàu có đóng góp một phần công bằng. Không có một phương pháp khách quan nào để đánh giá điều này. Tuy nhiên, để bạn có thể tự mình đánh giá hệ thống thuế, bạn nên biết những gia đình có thu nhập khác nhau đang đóng thuế như thế nào với luật thuế hiện hành.

Bảng 8 cung cấp một số dữ liệu về sự phân bổ của thuế liên bang cho những mức thu nhập khác nhau. Để xây dựng bảng dữ liệu này, các gia đình được xếp hạng dựa trên thu nhập của họ và phân bổ vào năm nhóm với kích cỡ bằng nhau

1. **Thuế tính theo tỷ lệ không đổi**: hệ thống thuế mà người có thu nhập cao và thấp đều phải nộp thuế một tỷ lệ như nhau trong thu nhập của họ.
2. **Thuế lũy thoái**: hệ thống thuế theo đó người có thu nhập cao nộp một tỷ lệ thấp hơn trong thu nhập của họ so với người có thu nhập thấp.
3. **Thuế lũy tiến**: một hệ thống thuế theo đó người có thu nhập cao phải nộp một tỷ lệ cao hơn trong thu nhập của họ so với người có thu nhập thấp hơn.

được gọi là *các ngũ phân vị*. Bảng dữ liệu này cũng cho thấy dữ liệu của 1 phần trăm người giàu có nhất ở Hoa Kỳ.

Cột thứ hai của bảng dữ liệu cho biết thu nhập trung bình của mỗi nhóm. Một phần năm các gia đình nghèo nhất có thu nhập trung bình là 17.200 đô la, và một phần năm giàu nhất có thu nhập trung bình là 248.000 đô la. Một phần trăm những người giàu nhất có thu nhập trung bình trên 1,7 triệu đô la.

Cột tiếp theo của bảng dữ liệu cho biết tổng mức đóng thuế theo phần trăm của thu nhập. Như bạn có thể thấy, hệ thống thuế liên bang của Hoa Kỳ là lũy tiến. Một phần năm những gia đình nghèo nhất đóng thuế 4,3 phần trăm thu nhập của họ, và một phần năm những người giàu nhất đóng thuế 25,8 phần trăm. Một phần trăm những người giàu nhất đóng thuế 31,2 phần trăm thu nhập của họ.

Cột thứ tư và thứ năm so sánh sự phân bổ của thu nhập và sự phân bổ của thuế. Một phần năm nghèo nhất chiếm 3,9 phần trăm trong tổng thu nhập và đóng 0,8 phần trăm trong tổng thu thuế. Một phần năm giàu nhất chiếm 55,7 phần trăm tổng thu nhập và đóng 69,3 phần trăm tổng thu thuế. Một phần trăm giàu nhất (kích cỡ bằng 1/20 dân số của mỗi ngũ phân vị) chiếm 18,8 phần trăm tổng thu nhập và đóng 28,3 phần trăm tổng thu thuế.

Bảng dữ liệu này là một điểm khởi đầu rất tốt trong việc hiểu gánh nặng của chính phủ, nhưng bức tranh mà nó phác họa là không đầy đủ. Mặc dù nó bao gồm tất cả các loại thuế do các hộ gia đình đóng cho chính quyền liên bang, nhưng nó không bao gồm các khoản chi trả chuyển nhượng như An sinh Xã hội và phúc lợi do chính quyền liên bang cung cấp cho các hộ gia đình.

Các nghiên cứu cân nhắc cả thuế và chuyển nhượng cho thấy mức độ lũy tiến thậm chí còn lớn hơn. Nhóm gia đình giàu nhất vẫn đóng khoảng một phần tư thu nhập của họ cho chính phủ, ngay cả khi các khoản chuyển nhượng đã được trừ ra. Trái lại, các gia đình nghèo điển hình nhận được các khoản chi trả chuyển nhượng nhiều hơn là thuế họ đóng. Thuế suất trung bình của một phần năm nghèo nhất là khoảng *âm 30* phần trăm thay vì là 4,3 phần trăm như trong bảng. Nói một cách khác, thu nhập của họ cao hơn khoảng 30 phần trăm so với trường hợp không có các khoản chi trả chuyển nhượng và thuế của chính phủ. Bài học ở đây rất rõ ràng: Để hiểu một cách đầy đủ mức độ lũy tiến của chính sách chính phủ, chúng ta phải cân nhắc những gì người ta đóng và những gì người ta nhận được. ■

Công bằng ngang Nếu thuế được thu dựa vào khả năng chi trả thì những người có khả năng chi trả như nhau sẽ đóng những mức thuế bằng nhau. Nhưng điều gì quyết định việc hai người đóng thuế là như nhau? Các gia đình khác nhau về nhiều mặt. Để đánh giá xem liệu một luật thuế có công bằng theo chiều ngang hay không, chúng ta phải xác định những sự khác biệt nào có liên quan đến khả năng chi trả của gia đình và những sự khác biệt nào thì không liên quan.

Giả sử mỗi gia đình, Smith và Jones, có thu nhập là 100.000 đô la. Gia đình Smith không có con, nhưng ông Smith bị bệnh và chi phí y tế tương ứng là 40.000 đô la. Gia đình Jones có sức khỏe tốt, nhưng họ có bốn đứa con. Hai đứa đang học đại học với học phí là 60.000 đô la. Liệu có công bằng không nếu hai gia đình

đóng thuế như nhau bởi vì họ có thu nhập như nhau? Liệu có công bằng không nếu miễn thuế cho gia đình Smith để giúp họ chi trả chi phí y tế cao của họ? Liệu có công bằng không nếu miễn thuế cho gia đình Jones để giúp chi trả học phí cho hai người con của họ?

Không có câu trả lời đơn giản nào cho những câu hỏi này. Trên thực tế, thuế thu nhập ở Hoa Kỳ có những điều khoản đặc biệt để điều chỉnh thuế của một gia đình dựa theo những hoàn cảnh cụ thể.

Phạm vi ảnh hưởng và tính công bằng của thuế

Phạm vi ảnh hưởng của thuế – nghiên cứu về việc ai gánh chịu thuế – là vấn đề trung tâm khi đánh giá tính công bằng của thuế. Như chúng ta đã thấy ở Chương 6, người gánh chịu thuế không hẳn luôn là người nhận được hóa đơn thuế từ chính phủ. Bởi vì thuế thay đổi cung và cầu, chúng thay đổi mức giá cân bằng. Hệ quả là, nó ảnh hưởng đến cả những người khác ngoài đối tượng thực sự đóng thuế theo luật pháp. Khi đánh giá công bằng dọc và ngang của bất kỳ luật thuế nào, cân nhắc những tác động gián tiếp này là rất quan trọng.

Rất nhiều thảo luận về tính công bằng của thuế bỏ sót những tác động gián tiếp của thuế và dựa vào lý thuyết về phạm vi ảnh hưởng của thuế mà các nhà kinh tế gọi một cách chế giễu là *lý thuyết giấy diệt ruồi*. Theo lý thuyết này, gánh nặng của thuế cũng giống như con ruồi dính trên giấy diệt ruồi và sẽ dính vào bất cứ nơi nào nó chạm đến đầu tiên. Tuy nhiên, giả định này rất hiếm khi có hiệu lực.

Ví dụ, một người không được đào tạo về kinh tế học có thể tranh cãi rằng thuế đánh vào những cái áo khoác lông thú đắt đỏ là công bằng theo chiều dọc bởi vì những người mua chúng là giàu có. Tất nhiên nếu những người mua áo lông thú có thể dễ dàng thay thế bằng những hàng hóa xa xỉ khác, thì thuế đánh lên áo lông thú có thể chỉ làm giảm doanh thu bán áo mà thôi. Cuối cùng, gánh nặng của thuế sẽ rơi vào những người sản xuất và buôn bán lông thú hơn là những người sẽ mua chúng. Bởi vì hầu hết những người sản xuất lông thú là không giàu có, tính công bằng của luật thuế lông thú có thể sẽ rất khác biệt so với những gì mà lý thuyết giấy diệt ruồi tiên đoán.

NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG

Ai đóng thuế thu nhập doanh nghiệp?

Thuế thu nhập doanh nghiệp cung cấp một ví dụ điển hình cho tầm quan trọng của phạm vi ảnh hưởng của thuế cho chính sách thuế. Thuế doanh nghiệp rất phổ biến đối với các cử tri. Suy cho cùng, doanh nghiệp không phải là con người. Các cử tri luôn thích giảm phần đóng thuế của họ và để cho vài doanh nghiệp bâng quơ nào đó điền vào chỗ trống này.

Nhưng trước khi quyết định thuế thu nhập doanh nghiệp là một cách hữu hiệu để chính phủ huy động doanh thu, chúng ta nên cân nhắc xem ai thực sự gánh chịu thuế thu nhập doanh nghiệp. Đây là một câu hỏi khó mà các nhà kinh tế bất đồng với nhau, nhưng có một điều chắc chắn: *Con người đóng tất cả các loại thuế.* Khi chính phủ đánh thuế lên doanh nghiệp, doanh nghiệp giống như

là người thu thuế hơn là người đóng thuế. Gánh nặng của thuế cuối cùng sẽ rơi vào con người – chủ sở hữu, khách hàng, hay người lao động của doanh nghiệp.

Nhiều nhà kinh tế tin rằng người lao động và khách hàng gánh chịu hầu hết gánh nặng của thuế thu nhập doanh nghiệp. Để hiểu tại sao, hãy xem xét ví dụ sau. Giả sử chính phủ Hoa Kỳ quyết định tăng thuế thu nhập của các công ty ô tô. Đầu tiên, luật thuế này sẽ tác động đến những người sở hữu của các công ty ô tô, những người sẽ nhận được lợi nhuận ít hơn. Nhưng qua thời gian, những người sở hữu này sẽ phản ứng với luật thuế. Bởi vì sản xuất ô tô ít có lợi nhuận hơn, họ đầu tư ít hơn cho việc xây dựng những nhà máy sản xuất ô tô mới. Thay vào đó, họ đầu tư tài sản của họ cho những thứ khác – ví dụ như mua nhà to hơn hay xây dựng nhà máy trong những ngành kinh doanh khác hoặc ở các quốc gia khác. Khi có ít nhà máy sản xuất ô tô hơn, cung ô tô sẽ giảm, cầu lao động sản xuất ô tô cũng sẽ giảm. Vì thế, thuế đánh lên các công ty sản xuất ô tô khiến cho giá xe ô tô tăng và lương của công nhân sản xuất ô tô giảm.

Thuế thu nhập doanh nghiệp cho thấy tính nguy hiểm của lý thuyết giấy diệt ruồi về phạm vi ảnh hưởng của thuế. Thuế thu nhập doanh nghiệp phổ biến một phần là vì nó có vẻ đánh lên các doanh nghiệp giàu. Tất nhiên những người thực sự gánh chịu thuế – khách hàng và người lao động của doanh nghiệp – thường không giàu. Nếu phạm vi ảnh hưởng thực sự của thuế thu nhập doanh nghiệp được hiểu biết rộng rãi, luật thuế này có thể sẽ ít phổ biến hơn đối với các cử tri. ■

KIỂM TRA NHANH: *Giải thích nguyên lý lợi ích và nguyên lý khả năng chi trả. • Công bằng dọc và công bằng ngang là gì? • Tại sao nghiên cứu phạm vi ảnh hưởng của thuế là quan trọng đối với việc đánh giá tính công bằng của một hệ thống thuế?*

KẾT LUẬN: SỰ ĐÁNH ĐỔI GIỮA CÔNG BẰNG VÀ HIỆU QUẢ

Hầu hết mọi người đồng ý rằng công bằng và hiệu quả là hai mục tiêu quan trọng nhất của một hệ thống thuế. Nhưng hai mục tiêu này thường xung đột với nhau, đặc biệt khi công bằng được phán xét dựa trên mức độ lũy tiến của hệ thống thuế. Con người ta thường bất đồng về chính sách thuế bởi vì họ gán những trọng số khác nhau cho các mục tiêu này.

Lịch sử gần đây của chính sách thuế cho thấy các nhà lãnh đạo chính trị khác nhau như thế nào trong quan điểm của họ về công bằng và hiệu quả. Khi Ronald Reagan được bầu làm tổng thống vào năm 1980, thuế suất biên đối với thu nhập của những người Mỹ giàu có nhất là 50 phần trăm. Đối với thu nhập từ tiền lãi, thuế suất biên đã là 70 phần trăm. Reagan cho rằng mức thuế cao như vậy bóp méo rất nhiều động cơ kinh tế đối với làm việc và tiết kiệm. Nói một cách khác, ông cho rằng những thuế suất cao như thế là quá tốn kém về mặt hiệu quả kinh tế. Vì thế, cải cách thuế là một ưu tiên hàng đầu của ông. Reagan ký ban hành luật cắt giảm thuế vào năm 1981 và 1986. Khi Reagan rời văn phòng tổng thống vào năm 1989, những người Mỹ giàu nhất đối diện với một mức thuế suất biên chỉ có 28 phần trăm.

Quả lắc của tranh cãi chính trị đung đưa theo cả hai phía. Khi Bill Clinton tranh cử tổng thống vào năm 1992, ông ta tranh cãi rằng người giàu đóng thuế như thế là không công bằng. Nói một cách khác, thuế suất thấp đối với người giàu vi phạm quan điểm của ông ta về công bằng dọc. Năm 1993, Tổng thống Clinton ký ban hành luật tăng thuế đối với những người Mỹ giàu nhất lên 40 phần trăm. Khi George W. Bush tranh cử tổng thống, ông ta sử dụng nhiều luận điểm của Reagan, và với tư cách tổng thống, ông ta đã đảo nghịch sự tăng thuế của Clinton bằng việc giảm thuế suất cao nhất xuống còn 35 phần trăm. Trong suốt chiến dịch tranh cử năm 2008, Barack Obama cam kết ông ta sẽ tăng thuế lên các gia đình giàu, và có khả năng mức thuế suất biên cao nhất sẽ tăng đến mức chưa từng thấy kể từ khi Ronald Reagan nhận chức tổng thống.

Kinh tế học tự nó không thể xác định cách tốt nhất để cân bằng mục tiêu hiệu quả và công bằng. Vấn đề này liên quan đến triết học chính trị cũng như là kinh tế học. Nhưng các nhà kinh tế có một vai trò quan trọng trong cuộc tranh cãi này: Họ có thể cung cấp thông tin về sự đánh đổi mà xã hội không thể tránh khỏi khi thiết kế hệ thống thuế và có thể giúp chúng ta loại trừ những chính sách hy sinh tính hiệu quả mà không đạt được lợi ích gì về mặt công bằng.

TÓM TẮT

- Chính phủ Hoa Kỳ huy động nguồn thu bằng nhiều loại thuế. Những loại thuế quan trọng nhất đối với chính quyền liên bang là thuế thu nhập cá nhân và thuế tiền lương cho bảo hiểm xã hội. Loại thuế quan trọng nhất đối với chính quyền bang và địa phương là thuế doanh thu và thuế tài sản.
- Tính hiệu quả của một hệ thống thuế liên quan đến chi phí mà nó gây ra cho người chịu thuế. Có hai chi phí của thuế ngoài sự chuyển giao nguồn lực từ người chịu thuế cho nhà nước. Đầu tiên là tổn thất vô ích đến từ việc thuế làm thay đổi động cơ và bóp méo sự phân bổ nguồn lực. Thứ hai là gánh nặng hành chính của việc tuân thủ theo luật thuế.
- Tính công bằng của một hệ thống thuế quan tâm đến sự phân bổ công bằng gánh nặng của thuế cho mọi người dân. Theo nguyên lý lợi ích, sẽ là công bằng nếu người ta đóng thuế dựa vào phần lợi ích mà họ nhận được từ chính phủ. Theo nguyên lý khả năng chi trả, sẽ là công bằng nếu người ta đóng thuế dựa vào khả năng gánh chịu gánh nặng thuế của họ. Khi đánh giá tính công bằng của một hệ thống thuế, cần phải nhớ một bài học từ nghiên cứu về phạm vi ảnh hưởng của thuế: Sự phân bổ gánh nặng của thuế không giống như sự phân bổ hóa đơn thuế.
- Khi cân nhắc sự thay đổi về luật thuế, các nhà hoạch định chính sách thường đối mặt với một sự đánh đổi giữa hiệu quả và công bằng. Hầu hết các tranh cãi về chính sách thuế đến từ việc người ta gán những trọng số khác nhau cho hai mục tiêu này.

KHÁI NIỆM THEN CHỐT

Thâm hụt ngân sách	budget deficit
Thặng dư ngân sách	budget surplus
Thuế suất bình quân	average tax rate
Thuế suất biên	marginal tax rate
Thuế đồng nhất	lump-sum tax
Nguyên lý lợi ích	benefits principle
Nguyên lý khả năng chi trả	ability-to-pay principle
Công bằng dọc	vertical equity
Công bằng ngang	horizontal equity
Thuế theo tỷ lệ không đổi	proportional tax
Thuế lũy thoái	regressive tax
Thuế lũy tiến	progressive tax

CÂU HỎI ÔN TẬP

1. Bao nhiêu phần trăm thuế ở Hoa Kỳ được thu bởi chính quyền liên bang?
2. Hai nguồn doanh thu quan trọng nhất đối với chính quyền liên bang Hoa Kỳ là gì?
3. Giải thích tại sao thu nhập doanh nghiệp bị đánh thuế đến hai lần.
4. Tại sao gánh nặng của thuế đối với người chịu thuế lớn hơn doanh thu nhận được bởi chính phủ?
5. Tại sao một số nhà kinh tế ủng hộ đánh thuế tiêu dùng thay vì là thu nhập?
6. Thuế suất biên của một thuế đồng nhất là bao nhiêu? Điều này liên hệ như thế nào đến tính hiệu quả của thuế?
7. Nêu ra hai tranh luận cho việc người giàu nên đóng thuế nhiều hơn người nghèo.
8. Khái niệm công bằng ngang là gì và tại sao khó áp dụng nó?

BÀI TẬP VÀ ỨNG DỤNG

1. Tìm một nguồn tin đã công bố hoặc trên mạng xem chính phủ Hoa Kỳ có ngân sách thâm hụt hay thặng dư vào năm ngoái không? Các nhà hoạch định chính sách kỳ vọng điều gì sẽ xảy ra trong vài năm tới? (Gợi ý: Trang web của Ủy ban Ngân sách Quốc hội Hoa Kỳ là: *http://www.cbo.gov.*)
2. Thông tin ở những bảng biểu trong chương này có thể được tìm thấy ở *Báo cáo Kinh tế của Tổng thống* được xuất bản hàng năm. Sử dụng một số gần

đây của bản báo cáo ở thư viện hoặc trên mạng, trả lời những câu hỏi sau đây và cung cấp số liệu để ủng hộ cho tranh luận của bạn. (Gợi ý: Trang web của Văn phòng In ấn Nhà nước là *http://www.gpo.gov.*)

a. Hình 1 cho thấy doanh thu chính phủ tính theo phần trăm tổng thu nhập đã tăng lên qua thời gian. Liệu sự gia tăng này chủ yếu là do những sự thay đổi trong doanh thu của chính quyền liên bang hay doanh thu của chính quyền bang và địa phương?

b. Xem xét tổng doanh thu của chính quyền liên bang và chính quyền bang và địa phương, cơ cấu của tổng doanh thu đã thay đổi qua thời gian như thế nào? Tầm quan trọng của thuế thu nhập cá nhân tăng lên hay giảm xuống? Của thuế bảo hiểm xã hội? Thuế lợi nhuận doanh nghiệp?

c. Xem xét tổng doanh thu của chính quyền liên bang và chính quyền bang và địa phương, độ lớn tương đối của các khoản chi chuyển nhượng và mua sắm hàng hóa và dịch vụ có thay đổi không?

3. Chương này cho rằng dân số già ở Hoa Kỳ đang tăng nhanh hơn tổng dân số. Cụ thể, số lao động đang tăng chậm, trong khi số người nghỉ hưu lại tăng nhanh chóng. Lo ngại về tương lai của An sinh Xã hội, một số thành viên Quốc hội đề xuất "đóng băng" chương trình này.

a. Nếu tổng chi tiêu bị đóng băng, điều gì sẽ xảy ra đối với phúc lợi bình quân của mỗi người nghỉ hưu? Thuế phải đóng bình quân mỗi người lao động? (Giả sử thuế và doanh thu từ An sinh Xã hội là cân bằng mỗi năm.)

b. Nếu các khoản phúc lợi bình quân mỗi người nghỉ hưu bị đóng băng, điều gì sẽ xảy ra đối với tổng chi tiêu? Với thuế phải đóng trên mỗi người lao động?

c. Nếu thuế phải đóng bình quân mỗi người lao động bị đóng băng, điều gì sẽ xảy ra với tổng chi tiêu? Với phúc lợi bình quân mỗi người nghỉ hưu?

d. Câu trả lời của bạn ở Câu (a), (b), và (c) ngụ ý gì về những quyết định nan giải mà các nhà hoạch định chính sách đang gặp phải?

4. Giả sử bạn là một cá nhân điển hình trong nền kinh tế Hoa Kỳ. Bạn đóng 4 phần trăm thu nhập của bạn cho thuế thu nhập cá nhân của bang và 15,3 phần trăm thu nhập từ tiền lương của bạn cho thuế tiền lương của liên bang (tổng phần đóng góp của người lao động và chủ doanh nghiệp). Bạn cũng đóng thuế thu nhập liên bang như trong Bảng 3. Bạn sẽ đóng thuế mỗi loại là bao nhiêu nếu bạn kiếm được 30.000 đô la mỗi năm? Tính tổng các thuế, thuế suất trung bình và thuế suất biên của bạn là bao nhiêu? Điều gì sẽ xảy ra với hóa đơn thuế và thuế suất trung bình và thuế suất biên của bạn nếu thu nhập của bạn tăng lên 50.000 đô la.

5. Một số bang không đánh thuế doanh thu đối với các mặt hàng thiết yếu như thực phẩm và áo quần. Một số bang thì có. Thảo luận tính ưu việt của việc miễn thuế này. Cân nhắc cả hiệu quả và công bằng.

6. Khi một ai đó sở hữu tài sản (ví dụ như cổ phiếu) có giá trị tăng lên, người đó có một lợi tức "tích lũy". Nếu bán tài sản đó, người này "hiện thực hóa" khoản lợi tức tích lũy. Theo luật thuế thu nhập Hoa Kỳ, lợi tức vốn được hiện thực hóa bị đánh thuế, nhưng lợi tức lích lũy thì không.
   a. Giải thích cách thức mà hành vi của con người bị ảnh hưởng bởi luật thuế này.
   b. Một số nhà kinh tế tin rằng cắt giảm tỷ suất thuế đối với lợi tức, đặc biệt là các khoản mục tạm thời, có thể tăng doanh thu. Tại sao lại có thể như vậy?
   c. Bạn có nghĩ việc đánh thuế lên lợi tức vốn hiện thực hóa thay vì cộng dồn là một luật thuế tốt? Tại sao?
7. Thuế đồng nhất có hiệu quả không? Tại sao? Tại sao hầu hết các chính phủ đều thất bại trong việc vận dụng thuế đồng nhất ?
8. Luật Thuế Sửa đổi năm 1986 loại bỏ miễn trừ thuế đối với khoản trả lãi cho các khoản vay tiêu dùng (hầu hết là thẻ tín dụng và vay mua ô tô) nhưng không loại bỏ miễn thuế đối với khoản trả lãi cho các khoản vay mua nhà thế chấp và mua nhà. Theo bạn điều gì đã xảy ra với số lượng vay mượn tương đối của vay tiêu dùng và vay mua nhà?
9. Phân loại các phương án chi trả dưới đây theo nguyên lý lợi ích và nguyên lý khả năng chi trả.
   a. Khách tham quan các công viên công cộng trả phí vào cổng.
   b. Thuế tài sản của địa phương để hỗ trợ trường cấp một và cấp hai.
   c. Một quỹ ủy thác ở sân bay thu thuế trên mỗi vé máy bay bán ra và sử dụng tiền thu được để cải thiện sân bay và hệ thống kiểm soát không lưu.
10. Bất cứ biểu thuế thu nhập nào cũng có hai loại thuế suất: thuế suất trung bình và thuế suất biên.
    a. Thuế suất trung bình được xác định bằng cách lấy tổng mức đóng thuế chia cho thu nhập. Với thuế tỷ lệ không đổi ở Bảng 7, thuế suất trung bình đối với người có thu nhập 50.000 đô la, 100.000 đô la, và 200.000 đô la là bao nhiêu? Thuế suất trung bình tương ứng ở hệ thống thuế lũy tiến và lũy thoái là bao nhiêu?
    b. Thuế suất biên là lượng thuế tăng thêm cho mỗi đơn vị thu nhập tăng thêm. Tính toán thuế suất biên cho hệ thống thuế tỷ lệ không đổi khi thu nhập tăng từ 50.000 đô la lên 100.000 đô la. Tính thuế suất biên khi thu nhập tăng từ 100.000 đô la lên 200.000 đô la. Tính toán thuế suất biên tương ứng cho hệ thống thuế lũy tiến và lũy thoái.
    c. Mô tả mối quan hệ giữa thuế suất trung bình và thuế suất biên cho mỗi hệ thống thuế. Nhìn chung, thuế suất nào quan trọng đối với một người đang quyết định liệu có nên nhận một công việc trả lương cao hơn công việc hiện tại của cô ta một chút? Thuế suất nào là quan trọng khi đánh giá công bằng dọc của một hệ thống thuế?

11. Mỗi khoản mục chi tiêu sau đây là một khoản giảm trừ khi tính toán nghĩa vụ thuế thu nhập của liên bang:
    a. Lãi vay mua nhà thế chấp
    b. Thuế của bang và địa phương
    c. Đóng góp từ thiện

    Nếu thu nhập đánh thuế được mở rộng bằng cách loại bỏ các khoản giảm trừ này, thuế suất có thể thấp hơn, trong khi vẫn thu về một lượng doanh thu thuế như cũ.

    Với việc loại trừ mỗi khoản giảm trừ này, bạn kỳ vọng tác động gì đối với hành vi của người chịu thuế? Thảo luận ưu và nhược điểm của mỗi khoản giảm trừ trên quan điểm hiệu quả, công bằng dọc, và công bằng ngang. Bạn sẽ giữ hay loại bỏ khoản giảm trừ được phân tích?

Để biết thêm thông tin về chủ đề của chương này, hãy ghé thăm website của chúng tôi tại *www.cengage.com/international* để xem thêm bài tập, ứng dụng, ví dụ, các bài kiểm tra trực tuyến và các nội dung khác.

PHẦN V

HÀNH VI DOANH NGHIỆP VÀ TỔ CHỨC NGÀNH

13
CHI PHÍ SẢN XUẤT

Trong nền kinh tế có hàng ngàn các doanh nghiệp tham gia sản xuất hàng hóa và dịch vụ mỗi ngày. Hãng General Motors sản xuất xe hơi, hãng General Electric sản xuất bóng đèn, và hãng General Mills chế biến ngũ cốc dành cho bữa ăn sáng. Một số doanh nghiệp, như ba ví dụ trên, là những doanh nghiệp lớn; họ thuê hàng ngàn công nhân làm việc cũng như có hàng ngàn cổ đông tham gia góp vốn và chia sẻ lợi nhuận doanh nghiệp. Nhưng cũng có những doanh nghiệp rất nhỏ, như tiệm hớt tóc hay cửa hàng bánh kẹo; họ chỉ có vài người làm việc, do một người hay do một gia đình nào đó sở hữu và quản lý.

Trong những chương trước đây, chúng ta sử dụng đường cung để tóm lược lại các quyết định trong sản xuất. Theo quy luật cung, các doanh nghiệp sẽ sẵn sàng sản xuất và bán nhiều sản phẩm của mình hơn khi giá bán cao hơn, và phản ứng này đã làm cho đường cung dốc lên. Khi phân tích nhiều vấn đề khác nhau, quy luật cung là tất cả những gì chúng ta cần nắm khi tìm hiểu về hành vi của các doanh nghiệp.

Trong chương này và những chương tiếp theo, chúng ta sẽ nghiên cứu hành vi của các doanh nghiệp một cách chi tiết hơn. Chủ đề này sẽ cho chúng ta một cách nhìn tốt hơn về các quyết định phía sau đường cung. Thêm vào đó, chúng ta cũng sẽ được giới thiệu về một phần trong kinh tế học được gọi là *tổ chức ngành* (industrial organization), nghiên cứu xem các doanh nghiệp ra quyết định về giá cả và sản lượng như thế nào dựa trên các điều kiện của thị trường mà họ phải đối mặt. Ví dụ như thị trấn nơi bạn đang sống có nhiều quán bán pizza nhưng chỉ có một công ty truyền hình cáp. Điều này làm nảy sinh một câu hỏi rất đáng để quan tâm: số lượng các doanh nghiệp ảnh hưởng như thế nào đến giá cả trên thị trường và tính hiệu quả của thị trường. Lĩnh vực tổ chức ngành sẽ giúp chúng ta tìm ra những đáp án chính xác cho câu hỏi này.

Trước khi chuyển qua những vấn đề này, chúng ta cần phải thảo luận về chi phí sản xuất. Tất cả các doanh nghiệp, từ hãng hàng không Delta đến các quán ăn địa phương, đều phát sinh chi phí khi họ sản xuất hàng hóa và dịch vụ để bán ra. Như chúng ta sẽ thấy trong những chương sắp tới, chi phí của một doanh nghiệp là yếu tố then chốt trong quá trình ra quyết định sản xuất cũng như định giá. Trong chương này, chúng ta sẽ định nghĩa một vài biến số mà các nhà kinh tế sử dụng

để xác định chi phí của một doanh nghiệp, và chúng ta sẽ nghiên cứu mối quan hệ giữa các biến này.

Một lưu ý nho nhỏ: chủ đề này hơi khô khan và mang tính kỹ thuật. Thành thật mà nói, bạn có thể cảm thấy chán. Nhưng tài liệu này cung cấp một nền tảng quan trọng cho những chủ đề hấp dẫn tiếp theo sau đó.

CHI PHÍ LÀ GÌ?

Hãy bắt đầu bằng việc thảo luận về chi phí sản xuất tại Nhà máy Bánh quy bơ của Caroline. Caroline, người sở hữu nhà máy, mua bột, đường, hạt chocolate, và những thành phần khác để sản xuất bánh quy bơ. Cô ấy cũng mua máy trộn bột, lò nướng và thuê công nhân để vận hành thiết bị. Sau đó, cô ấy sẽ bán những chiếc bánh làm ra cho các khách hàng. Qua một số công việc mà cô ấy phải làm khi thực hiện công việc kinh doanh của mình, chúng ta sẽ học được những bài học về chi phí được vận dụng ở tất cả các doanh nghiệp trong nền kinh tế.

Tổng doanh thu, tổng chi phí và lợi nhuận

Chúng ta bắt đầu bằng mục tiêu của một doanh nghiệp. Để hiểu được các doanh nghiệp ra quyết định như thế nào, chúng ta phải hiểu: họ đang cố gắng làm điều gì. Có thể hình dung được là Caroline khởi tạo doanh nghiệp của mình chỉ vì một mong muốn đơn giản là cung cấp bánh quy bơ cho mọi người trên thế giới thưởng thức, hoặc là một tình yêu kinh doanh bánh quy bơ. Xa hơn nữa, Caroline khởi sự kinh doanh là để kiếm tiền. Thông thường, các nhà kinh tế giả định rằng mục tiêu của các doanh nghiệp là tối đa hóa lợi nhuận, và họ thấy rằng giả định này thường đúng trong hầu hết mọi trường hợp.

Thế lợi nhuận của doanh nghiệp là gì? Tổng số tiền mà doanh nghiệp thu được từ việc bán sản phẩm đầu ra của mình (ở đây là bánh quy bơ) được gọi là **tổng doanh thu**[1]. Tổng số tiền mà doanh nghiệp chi trả để mua các đầu vào (như bột, đường, nhân công, lò nướng, và vân vân) được gọi là **tổng chi phí**[2]. Caroline sẽ giữ lại phần dư của doanh thu sau khi chi trả các khoản chi phí. **Lợi nhuận**[3] của một doanh nghiệp là tổng doanh thu trừ đi tổng chi phí:

$$\text{Lợi nhuận} = \text{Tổng doanh thu} - \text{Tổng chi phí}$$

Mục tiêu của Caroline là làm sao lợi nhuận của doanh nghiệp của cô ấy càng lớn càng tốt.

Để hiểu một doanh nghiệp sẽ tối đa hóa lợi nhuận của họ như thế nào, chúng ta phải xem xét kỹ lưỡng xem làm thế nào để đo lường tổng doanh thu và tổng

---

1. **Tổng doanh thu**: là khoản thu của doanh nghiệp khi bán sản phẩm đầu ra.
2. **Tổng chi phí**: là giá trị thị trường của những đầu vào mà doanh nghiệp sử dụng để sản xuất.
3. **Lợi nhuận**: Tổng doanh thu trừ đi tổng chi phí.

chi phí. Tổng doanh thu là phần dễ hiểu nhất: nó bằng tổng sản lượng nhân với giá của sản phẩm đầu ra mà họ bán được trên thị trường. Nếu Caroline sản xuất 10.000 bánh quy bơ và bán với giá 2 đô la một cái, tổng doanh thu của cô ấy sẽ là 20.000 đô la. Ngược lại, tính toán chi phí của một doanh nghiệp thì hơi phức tạp hơn một chút.

Chi phí tính bằng chi phí cơ hội

Khi tính toán chi phí ở Nhà máy Bánh quy bơ của Caroline hay bất cứ doanh nghiệp nào khác, điều quan trọng cần phải nhớ tới là một trong *Mười Nguyên lý của Kinh tế học* mà chúng ta đã nghiên cứu qua ở Chương 1: Chi phí của một thứ gì đó là tất cả những gì chúng ta từ bỏ để có được nó. Hãy nhớ lại rằng chi phí cơ hội của một mặt hàng nào đó là tất cả những thứ mà chúng ta phải từ bỏ để có món hàng đó. Khi các nhà kinh tế nói về chi phí sản xuất của một doanh nghiệp, họ đã tính luôn về chi phí cơ hội của việc tạo ra sản phẩm và dịch vụ đầu ra.

Trong khi một số chi phí cơ hội của việc sản xuất trong một doanh nghiệp là rõ ràng, nhiều khoản chi phí cơ hội khác rất khó nhận diện. Khi Caroline trả 1.000 đô la để mua bột thì 1.000 đô la đó là chi phí cơ hội vì Caroline không thể sử dụng 1.000 đô la đó để mua gì khác. Tương tự, khi Caroline thuê công nhân để làm bánh, tiền công cô ấy trả cho họ là một phần chi phí của doanh nghiệp. Bởi vì các khoản chi phí cơ hội này đòi hỏi doanh nghiệp phải chi ra một số tiền nào đó, nó được gọi là **chi phí sổ sách**[1]. Ngược lại, một vài khoản chi phí cơ hội của doanh nghiệp không đòi hỏi phải chi ra bằng tiền mặt, được gọi là **chi phí ẩn**[2]. Tưởng tượng rằng Caroline là một người có chuyên môn về máy tính và có thể kiếm được 100 đô la cho mỗi giờ công cô làm lập trình viên. Cứ mỗi giờ cô ấy làm việc tại nhà máy của mình, cô ấy đã từ bỏ 100 đô la thu nhập, và khoản thu nhập đã bỏ qua này cũng là một phần chi phí của cô ấy. Chi phí cho việc kinh doanh của Caroline bao gồm cả chi phí ẩn và chi phí sổ sách.

Sự phân biệt giữa chi phí sổ sách và chi phí ẩn cho thấy sự khác nhau quan trọng như thế nào giữa những nhà kinh tế và những viên kế toán khi phân tích hoạt động kinh doanh. Các nhà kinh tế thì quan tâm nghiên cứu xem doanh nghiệp sản xuất và định giá như thế nào. Và bởi vì những quyết định này dựa trên cả chi phí sổ sách lẫn chi phí ẩn, các nhà kinh tế tính luôn cả hai khoản đó khi đo lường chi phí của một doanh nghiệp. Ngược lại, công việc của nhân viên kế toán là quản lý dòng tiền luân chuyển ra vào doanh nghiệp. Do vậy, họ tính toán chi phí sổ sách nhưng thường bỏ qua chi phí ẩn.

Sự khác nhau giữa nhà kinh tế và viên kế toán dễ nhận thấy trong trường hợp Nhà máy Bánh quy bơ của Caroline. Khi Caroline bỏ qua cơ hội làm một lập trình viên máy tính để kiếm tiền, nhân viên kế toán của cô ấy sẽ không tính đó là khoản chi phí của việc kinh doanh bánh quy bơ. Bởi vì không có dòng tiền nào chảy ra khỏi doanh nghiệp để trả cho khoản chi phí này, nó sẽ không xuất hiện trên bảng

---

1. **Chi phí sổ sách**: những chi phí cho yếu tố đầu vào đòi hỏi doanh nghiệp phải bỏ tiền ra chi trả.
2. **Chi phí ẩn**: những chi phí đầu vào không đòi hỏi doanh nghiệp phải chi tiền ra để trả.

báo cáo tài chính của những người làm kế toán. Tuy nhiên, nhà kinh tế sẽ tính luôn cả khoản thu nhập bị từ bỏ này như là một phần chi phí bởi nó có ảnh hưởng đến quyết định của Caroline khi kinh doanh bánh quy bơ. Ví dụ, nếu như tiền công làm lập trình viên máy tính của Caroline tăng từ 100 đô la lên 500 đô la một giờ, cô ấy có thể quyết định rằng, chi phí vận hành việc kinh doanh bánh quy bơ là quá lớn và sẽ quyết định đóng cửa nhà máy để dành toàn thời gian đi làm lập trình viên máy tính.

Chi phí sử dụng vốn được xem như là một loại chi phí cơ hội

Một khoản chi phí ẩn quan trọng của hầu hết các doanh nghiệp là chi phí cơ hội của vốn tài chính đã được dùng để đầu tư trong kinh doanh. Ví dụ, giả sử Caroline đã sử dụng 300.000 đô la tiền tiết kiệm của mình để mua nhà máy sản xuất bánh quy bơ từ người chủ trước. Thay vì vậy, nếu như Caroline gửi tiết kiệm với lãi suất 5 phần trăm, cô ấy sẽ kiếm được 15.000 đô la tiền lãi mỗi năm. Nhưng để sở hữu nhà máy sản xuất bánh quy bơ, Caroline đã bỏ qua khoản lợi tức 15.000 đô la mỗi năm. Khoản tiền 15.000 đô la bị từ bỏ này là một phần trong chi phí cơ hội ẩn trong việc kinh doanh của Caroline.

Như chúng ta đã biết, các nhà kinh tế và các viên kế toán nhìn nhận chi phí theo những cách khác nhau, và điều này đặc biệt đúng khi để cập đến vấn đề chi phí vốn. Một nhà kinh tế xem khoản tiền 15.000 đô la thu nhập lợi tức mỗi năm mà Caroline đã từ bỏ như là chi phí của việc kinh doanh của cô ấy, thậm chí đó là khoản chi phí ẩn. Tuy nhiên, nhân viên kế toán của Caroline sẽ không thể hiện khoản tiền 15.000 đô la này như là chi phí bởi vì không có dòng tiền nào đi ra khỏi doanh nghiệp để chi trả cho khoản đó.

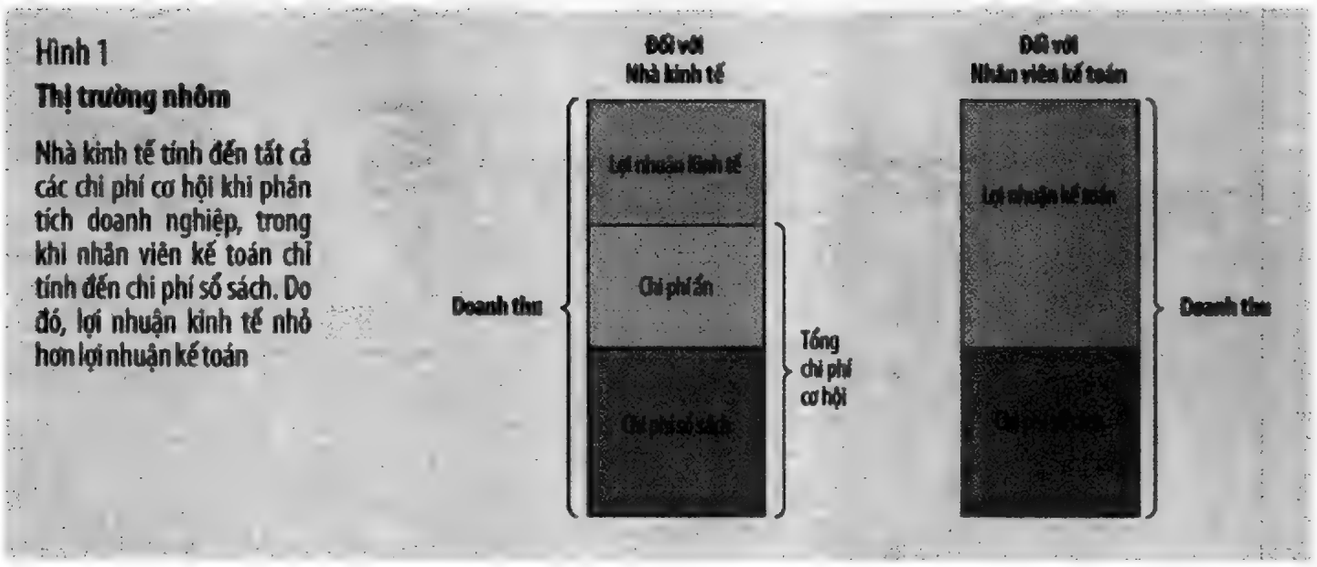
Để khám phá thêm về sự khác nhau giữa nhà kinh tế và viên kế toán, hãy thay đổi ví dụ trên một chút xíu. Giả sử rằng, bây giờ Caroline không có toàn bộ số tiền 300.000 đô la để mua nhà máy, thay vào đó, cô ấy sử dụng 100.000 đô la số tiền tiết kiệm mình có và đi vay mượn thêm 200.000 đô la từ ngân hàng với lãi suất là 5 phần trăm.

Nhân viên kế toán của Caroline, người chỉ tính toán các chi phí sổ sách, sẽ tính luôn khoản tiền lãi vay 10.000 đô la phải trả cho ngân hàng mỗi năm như là khoản chi phí bởi dòng tiền này đi ra khỏi doanh nghiệp. Ngược lại, theo nhà kinh tế, chi phí cơ hội của việc sở hữu doanh nghiệp này vẫn là 15.000 đô la. Chi phí cơ hội bao gồm tiền lãi phải trả cho ngân hàng (khoản chi phí sổ sách 10.000 đô la) cộng với khoản tiền lãi tiết kiệm đã từ bỏ (khoản chi phí ẩn 5.000 đô la).

Lợi nhuận kinh tế và lợi nhuận kế toán

Bây giờ chúng ta cùng chuyển qua mục tiêu của doanh nghiệp: lợi nhuận. Bởi vì các nhà kinh tế và các viên kế toán có cách đo lường chi phí khác nhau nên việc đo lường lợi ích cũng sẽ khác nhau. Nhà kinh tế tính **lợi nhuận kinh tế**[1] của một

1. **Lợi nhuận kinh tế**: tổng doanh thu trừ đi tổng chi phí, bao gồm cả chi phí sổ sách và chi phí ẩn.



doanh nghiệp bằng cách lấy tổng doanh thu trừ đi tất cả các khoản chi phí cơ hội (bao gồm cả chi phí sổ sách và chi phí ẩn) của việc sản xuất ra hàng hóa và dịch vụ để bán. Viên kế toán thì đo lường **lợi nhuận kế toán**[1] bằng cách lấy tổng doanh thu trừ đi chỉ có chi phí sổ sách mà thôi.

Hình 1 tóm tắt sự khác nhau này. Lưu ý rằng, bởi vì kế toán phớt lờ chi phí ẩn, lợi nhuận kế toán thường lớn hơn lợi nhuận kinh tế. Đứng trên góc nhìn của một nhà kinh tế, việc kinh doanh được cho là có lợi nhuận chỉ khi tổng doanh thu phải nhiều hơn tất cả các khoản chi phí cơ hội, bao gồm cả chi phí sổ sách lẫn chi phí ẩn.

Lợi nhuận kinh tế là một khái niệm quan trọng bởi vì nó tiếp thêm động lực cho doanh nghiệp cung cấp hàng hóa và dịch vụ. Như chúng ta đã thấy, một doanh nghiệp tạo ra lợi nhuận kinh tế sẽ tiếp tục việc kinh doanh. Nó bao gồm tất cả các khoản chi phí cơ hội và phần dư còn lại như là phần thưởng dành cho chủ sở hữu doanh nghiệp. Khi một doanh nghiệp có khoản lỗ về mặt kinh tế (khi lợi nhuận kinh tế âm), chủ sở hữu doanh nghiệp sẽ thu không đủ để bù đắp chi phí sản xuất. Trừ khi các điều kiện thay đổi, nếu không chủ sở hữu doanh nghiệp chắc chắn sẽ đóng cửa kinh doanh và rời khỏi ngành. Để hiểu rõ hơn về quyết định kinh doanh, chúng ta cần phải để ý tới lợi nhuận kinh tế.

KIỂM TRA NHANH: *Người nông dân McDonald thường dạy đàn banjo với mức giá 20 đô la mỗi giờ. Một ngày nọ, ông ta bỏ ra 10 giờ trồng cây với những hạt giống trị giá 100 đô la trên cánh đồng của ông ta. Chi phí cơ hội mà ông ta phải gánh chịu là gì? Những chi phí mà kế toán ông ta ghi nhận trong sổ sách là gì? Nếu như những hạt giống ông ta đem trồng có thể đem lại một vụ mùa thu hoạch với trị giá khoảng 200 đô la, khi đó ông McDonald có thu được lợi nhuận kế toán hay không? Còn lợi nhuận kinh tế thì như thế nào?*

1. **Lợi nhuận kế toán**: tổng doanh thu trừ đi tổng chi phí sổ sách.

Bảng 1
Hàm sản xuất và Tổng chi phí Nhà máy Bánh quy bơ của Caroline

Số công nhân	Sản lượng (số lượng bánh quy bơ được sản xuất mỗi giờ)	Sản lượng biên theo lao động	Chi phí nhà máy	Chi phí nhân công	Tổng chi phí đầu vào (chi phí nhà máy + nhân công)
0	0		$30	$0	$30
		50			
1	50		30	10	40
		40			
2	90		30	20	50
		30			
3	120		30	30	60
		20			
4	140		30	40	70
		10			
5	150		30	50	80
		5			
6	155		30	60	90

SẢN XUẤT VÀ CHI PHÍ

Doanh nghiệp phát sinh những khoản chi phí khi họ mua đầu vào để sản xuất hàng hóa và dịch vụ rồi đem đi bán. Trong phần này, chúng ta sẽ tìm hiểu mối liên kết giữa quá trình sản xuất của một doanh nghiệp và tổng chi phí của nó. Một lần nữa, chúng ta tìm hiểu Nhà máy Bánh quy bơ của Caroline.

Trong bảng phân tích sau đây, chúng ta sử dụng một giả định tuy đơn giản nhưng rất quan trọng: chúng ta giả định quy mô nhà máy của Caroline là cố định và Caroline có thể thay đổi sản lượng sản xuất bánh quy bơ bằng cách duy nhất là thay đổi số lượng công nhân cô ấy thuê mướn. Giả định này là thực tế trong ngắn hạn nhưng không đúng trong dài hạn. Đó là vì Caroline không thể trong một đêm mà có thể xây dựng mở rộng nhà máy lớn hơn, nhưng cô ấy có thể làm điều đó trong một hoặc hai năm tới. Do đó, sự phân tích này giúp mô tả quyết định sản xuất mà Caroline sẽ đối mặt trong ngắn hạn. Chúng ta xem xét mối quan hệ của chi phí theo dòng thời gian một cách đầy đủ trong phần sau của chương này.

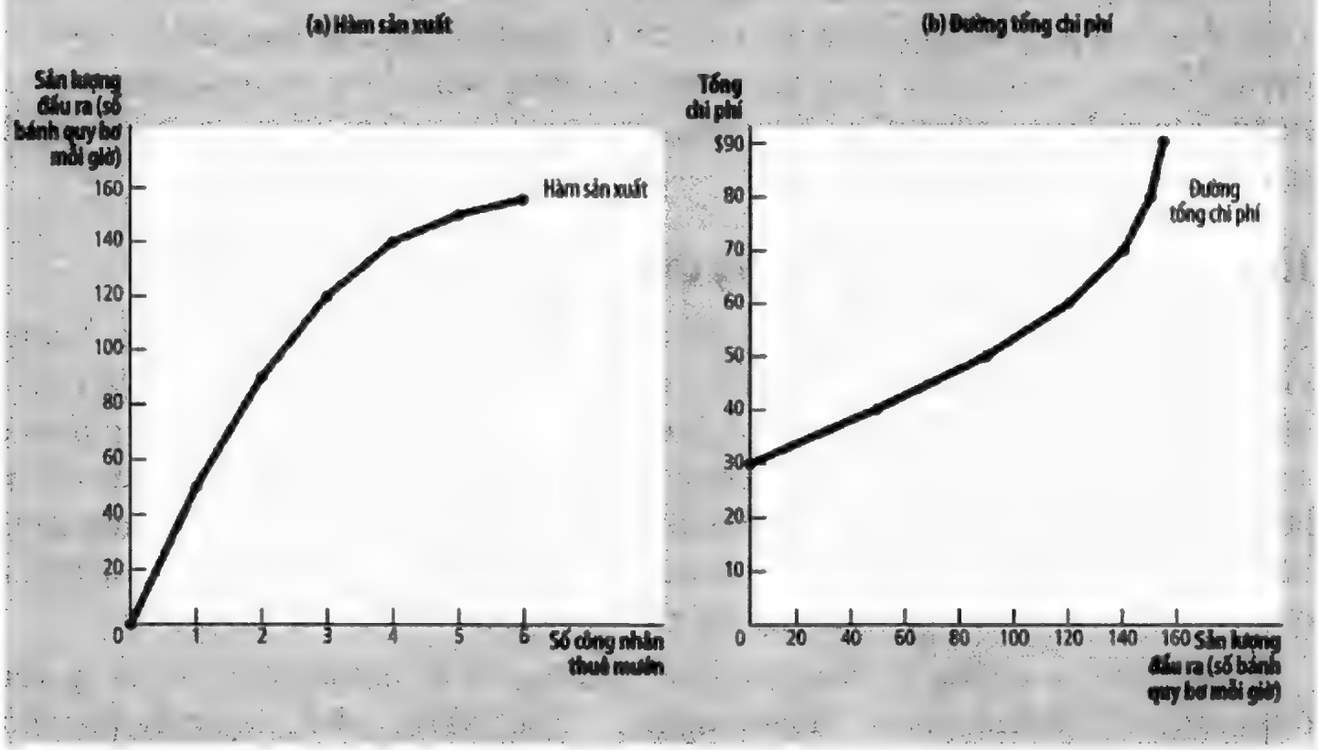
Hàm sản xuất

Bảng 1 cho thấy bao nhiêu bánh quy bơ được sản xuất mỗi giờ ở nhà máy của Caroline phụ thuộc vào số công nhân. Như chúng ta có thể thấy ở hai cột đầu tiên, nếu như không có công nhân nào làm việc trong nhà máy, Caroline sẽ không thể sản xuất ra được cái bánh quy bơ nào. Khi thuê 1 công nhân vào làm việc, cô ấy có thể sản xuất ra 50 bánh. Khi có 2 công nhân, cô ấy sản xuất được 90 bánh, và cứ thế tiếp tục. Đồ thị (a) trong Hình 2 được xây dựng từ số liệu của hai cột này. Số công nhân nằm trên trục hoành, số bánh quy bơ được sản xuất nằm trên trục tung. Mối quan hệ giữa số lượng đầu vào (số công nhân) và sản lượng đầu ra (số bánh quy bơ) được gọi là **hàm sản xuất**[1].

1. **Hàm sản xuất**: mối quan hệ giữa sản lượng đầu vào được sử dụng để tạo ra hàng hóa và sản lượng đầu ra của hàng hóa đó.

Hình 2
Hàm sản xuất và Đường tổng chi phí của Caroline

Hàm sản xuất ở phần (a) cho biết mối quan hệ giữa số công nhân được thuê mướn và sản lượng đầu ra. Ở đây, số lượng công nhân được thuê mướn (nằm trên trục hoành) được lấy từ cột đầu tiên của Bảng 1, sản lượng (nằm trên trục tung) được lấy từ cột thứ hai. Hàm sản xuất trở nên bằng phẳng hơn khi số lượng công nhân tăng, phản ánh quy luật sản lượng biên giảm dần. Đường tổng chi phí ở phần (b) cho biết mối quan hệ giữa sản lượng và tổng chi phí. Ở đây, sản lượng (nằm trên trục hoành) được lấy từ cột thứ 2 ở Bảng 1, và tổng chi phí (nằm trên trục tung) lấy từ cột thứ 6. Đường tổng chi phí sẽ trở nên dốc hơn khi sản lượng tăng do quy luật sản lượng biên giảm dần.



Một trong *Mười Nguyên lý của Kinh tế học* được giới thiệu ở Chương 1 là những con người duy lý suy nghĩ tại mức cận biên. Như chúng ta sẽ thấy trong những chương tiếp theo, ý tưởng này là chìa khóa quan trọng để hiểu rõ những quyết định mà doanh nghiệp đưa ra như bao nhiêu công nhân cần thuê và bao nhiêu sản phẩm đầu ra cần sản xuất. Tiến thêm một bước nữa, để hiểu những quyết định này, cột thứ ba trong bảng trên cho chúng ta giá trị sản lượng biên của một công nhân. **Sản lượng biên**[1], của bất cứ đầu vào nào trong quá trình sản xuất, chính là sự gia tăng sản lượng đầu ra có được khi tăng thêm một đơn vị đầu vào. Khi số lượng công nhân tăng từ 1 lên 2, sản lượng bánh quy bơ tăng từ 50 lên 90, sản lượng biên của người công nhân thứ 2 là 40 bánh quy bơ. Và khi số lượng công nhân tăng từ 2 lên 3, sản lượng bánh quy bơ tăng từ 90 lên 120, như vậy sản lượng biên của người công nhân thứ 3 là 30 bánh quy bơ. Trong bảng trên, sản lượng biên nằm ở lưng chừng giữa hai dòng là bởi vì nó thể hiện sự thay đổi đầu ra khi mà số lượng công nhân tăng thêm từ mức này sang mức tiếp theo.

Lưu ý rằng, khi số nhân công gia tăng, sản lượng biên lại giảm. Người công nhân thứ hai có mức sản lượng biên là 40 bánh quy bơ, người công nhân thứ ba có mức sản lượng biên là 30 bánh quy bơ, và người công nhân thứ tư có mức sản lượng biên

1. **Sản lượng biên**: gia tăng trong sản lượng do tăng một đơn vị đầu vào.

là 20 bánh quy bơ. Tính chất này được gọi là **sản lượng biên giảm dần**[1]. Đầu tiên, khi chỉ có một vài công nhân được thuê, họ dễ dàng sử dụng các thiết bị trong nhà bếp của Caroline. Khi số lượng công nhân tăng lên, những công nhân mới vào sẽ phải chia sẻ thiết bị và làm việc trong môi trường chật chội hơn. Thậm chí là nhà bếp trở nên quá chật chội đến nỗi mọi người bắt đầu vướng tay vướng chân nhau. Do đó, khi ngày càng có thêm nhiều công nhân được thuê làm, mỗi người mới thêm vào đóng góp phần sản lượng gia tăng ít hơn trong quá trình sản xuất bánh quy bơ.

Sản lượng biên giảm dần thể hiện khá rõ trong Hình 2. Độ dốc của hàm sản xuất cho chúng ta biết sự thay đổi của sản lượng khi đầu vào tăng thêm một lao động. Vì thế, độ dốc của hàm sản xuất đo lường sản lượng biên của một công nhân. Khi số lượng công nhân tăng lên, sản lượng biên giảm dần và hàm sản xuất trở nên bằng phẳng hơn.

Từ hàm sản xuất đến đường tổng chi phí

Ba cột cuối của Bảng 1 thể hiện chi phí sản xuất bánh quy bơ của Caroline. Trong ví dụ này, chi phí cho nhà máy của Caroline là 30 đô la một giờ, và chi phí nhân công là 10 đô la một giờ. Nếu cô ấy thuê 1 công nhân làm việc, tổng chi phí của cô ấy là 40 đô la mỗi giờ. Nếu như cô ấy thuê 2 công nhân, tổng chi phí của cô ấy là 50 đô la, và cứ tiếp tục như thế. Với thông tin này, bảng tính trên cho thấy mối liên hệ như thế nào giữa số công nhân được Caroline thuê mướn và số lượng bánh quy bơ cô ấy làm ra cũng như tổng chi phí sản xuất.

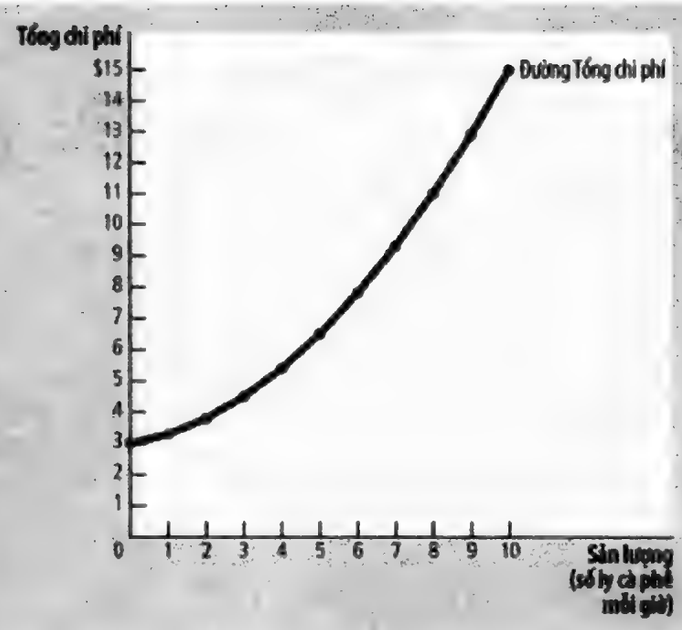
Mục tiêu của chúng ta trong một vài chương tới là nghiên cứu về các quyết định sản xuất và định giá của doanh nghiệp. Chính vì mục đích này, mối quan hệ trong Bảng 1 giữa sản lượng sản xuất (cột thứ hai) và tổng chi phí (cột thứ sáu) là quan trọng nhất. Đồ thị (b) của Hình 2 được hình thành từ hai cột dữ liệu với sản lượng sản xuất nằm trên trục hoành và tổng chi phí nằm trên trục tung. Đồ thị này được gọi là *đường tổng chi phí*.

Bây giờ, chúng ta sẽ so sánh đường tổng chi phí ở đồ thị (b) với hàm sản xuất ở đồ thị (a). Hai đường này giống như hai mặt của một đồng xu. Khi sản lượng sản xuất tăng lên, đường tổng chi phí trở nên dốc đứng hơn trong khi hàm sản xuất trở nên bằng phẳng hơn. Sự thay đổi về độ dốc cũng diễn ra với cùng một lý do. Sản xuất nhiều bánh quy bơ hơn nghĩa là nhà bếp của Caroline trở nên chật chội với nhiều công nhân cùng tham gia sản xuất. Bởi vì nhà bếp chật chội, mỗi công nhân mới vào sẽ góp phần gia tăng sản xuất ít hơn, thể hiện bởi mức sản lượng biên giảm dần. Do đó, hàm sản xuất sẽ bằng phẳng một cách tương đối. Nhưng bây giờ chuyển đổi cách lập luận này một chút: khi nhà bếp chật chội, sản xuất thêm một cái bánh quy bơ đòi hỏi thêm nhiều lao động và do đó rất là tốn kém. Vì vậy, khi sản lượng sản xuất lớn, đường tổng chi phí sẽ dốc hơn một cách tương đối.

KIỂM TRA NHANH: *Nếu như nông dân Jones không gieo hạt giống nào trên cánh đồng của anh ta, anh ta sẽ không có thu hoạch. Nếu như anh ta gieo 1 túi hạt giống, anh ta sẽ*

---

1. **Sản lượng biên giảm dần**: Một đặc tính thể hiện mức sản lượng biên giảm khi số lượng đầu vào tăng.



Hình 3
Đường Tổng chi phí của Conrad

Ở đây, sản lượng (trên trục hoành) được lấy từ cột thứ nhất trong Bảng 2, và tổng chi phí (trên trục tung) được lấy từ cột thứ hai. Giống như ở Hình 2, độ dốc của đường tổng chi phí sẽ tăng khi sản lượng tăng do sản lượng biên giảm dần.

có 3 giạ lúa mì. Nếu anh ta gieo 2 túi, anh ta sẽ có 5 giạ. Nếu anh ta gieo 3 túi, anh ta sẽ có 6 giạ. Một túi hạt giống chi phí 100 đô la, và anh ta chỉ tốn duy nhất chi phí để mua hạt giống. Sử dụng dữ liệu này để vẽ hàm sản xuất và đường tổng chi phí của người nông dân này. Giải thích hình dạng của các đồ thị.

CÁC ĐO LƯỜNG KHÁC NHAU VỀ CHI PHÍ

Phân tích về Nhà máy Bánh quy bơ của Caroline đã cho thấy: tổng chi phí phản ánh hàm sản xuất của một doanh nghiệp như thế nào. Từ dữ liệu về tổng chi phí của một doanh nghiệp, chúng ta có thể suy ra thêm một số cách đo lường chi phí có liên quan, điều này sẽ trở nên hữu ích khi chúng ta phân tích các quyết định về sản xuất và định giá trong những chương sau này. Để thấy các số đo liên quan được tính toán như thế nào, chúng ta xem xét ví dụ trong Bảng 2. Bảng này thể hiện những dữ liệu về chi phí của người hàng xóm của Caroline – Tiệm Café của Conrad.

Cột đầu tiên trong bảng tính cho thấy số ly cà phê mà Conrad có thể pha chế, dao động từ 0 cho đến 10 ly mỗi giờ. Cột thứ hai thể hiện tổng chi phí chế biến cà phê của Conrad. Hình 3 phác họa đường tổng chi phí của Conrad. Sản lượng cà phê (từ cột đầu tiên) được đặt trên trục hoành, và đường tổng chi phí (từ cột thứ hai) được đặt trên trục tung. Đường tổng chi phí của Conrad có hình dạng tương tự như đường tổng chi phí của Caroline. Cụ thể là, nó trở nên dốc hơn khi sản lượng sản xuất tăng lên, phản ánh mức sản lượng biên giảm dần (như chúng ta đã thảo luận).

Chi phí cố định và chi phí biến đổi

Tổng chi phí của Conrad được chia làm hai loại. Một số khoản chi phí không thay đổi khi sản lượng đầu ra thay đổi, được gọi là **chi phí cố định**[1]. Các chi phí này xảy ra ngay cả khi doanh nghiệp không sản xuất gì. Chi phí cố định của Conrad

1. **Chi phí cố định**: chi phí không đổi theo sản lượng.

Bảng 2
Các đo lường khác nhau về chi phí: Tiệm cà phê của Conrad

Số lượng cà phê (số ly mỗi giờ)	Tổng chi phí	Chi phí cố định	Chi phí biến đổi	Chi phí cố định bình quân	Chi phí biến đổi bình quân	Tổng chi phí bình quân	Chi phí biên
0	$ 3,00	$ 3,00	$ 0,00	—	—	—	
							$ 0,30
1	3,30	3,30	0,30	$ 3,00	$ 0,30	$ 3,30	
							0,50
2	3,80	3,00	0,80	1,50	0,40	1,90	
							0,70
3	4,50	3,00	1,50	1,00	0,50	1,50	
							0,90
4	5,40	3,00	2,40	0,75	0,60	1,35	
							1,10
5	6,50	3,00	3,50	0,60	0,70	1,30	
							1,30
6	7,80	3,00	4,80	0,50	0,80	1,30	
							1,50
7	9,30	3,00	6,30	0,43	0,90	1,33	
							1,70
8	11,00	3,00	8,00	0,38	1,00	1,38	
							1,90
9	12,90	3,00	9,90	0,33	1,10	1,43	
							2,10
10	15,00	3,00	12,00	0,30	1,20	1,50	

bao gồm bất cứ khoản thuê mướn nào anh ấy phải chi trả bởi vì chi phí này là như nhau bất kể anh ta pha bao nhiêu ly cà phê. Tương tự, nếu như Conrad cần phải thuê một nhân viên sổ sách làm việc toàn thời gian để quản lý chi trả các hóa đơn, bất kể sản lượng cà phê làm ra là bao nhiêu, tiền lương của người nhân viên này cũng là chi phí cố định. Cột thứ ba trong Bảng 2 chỉ ra chi phí cố định của Conrad, trong ví dụ này là 3 đô la.

Một vài chi phí của doanh nghiệp thay đổi tùy theo sản lượng đầu ra, được gọi là **chi phí biến đổi**[1]. Chi phí biến đổi của Conrad bao gồm chi phí mua hạt cà phê, sữa, đường và ly giấy. Càng làm ra nhiều ly cà phê, Conrad cần mua thêm nhiều vật dụng. Tương tự, nếu Conrad cần phải thuê thêm nhiều nhân viên để pha thêm nhiều ly cà phê, lương của những nhân viên này cũng là chi phí biến đổi. Chi phí biến đổi bằng không nếu như tiệm cà phê của anh ta không làm gì cả, là 0,3 đô la nếu như anh ấy pha chế 1 ly cà phê, 0,8 đô la nếu như pha chế 2 ly, và vân vân.

Tổng chi phí của một doanh nghiệp bao gồm tổng chi phí cố định và chi phí biến đổi. Trong Bảng 2, tổng chi phí ở cột thứ hai bằng chi phí cố định ở cột thứ ba cộng với chi phí biến đổi ở cột thứ tư.

Chi phí bình quân và chi phí biên

Là người sở hữu doanh nghiệp, Conrad phải quyết định xem mình nên sản xuất bao nhiêu sản phẩm. Một phần quan trọng trong quyết định này là chi phí của anh ta sẽ thay đổi như thế nào khi anh ta thay đổi sản lượng. Khi ra quyết định,

1. **Chi phí biến đổi**: chi phí thay đổi theo sản lượng.

Conrad có thể hỏi người giám sát sản xuất hai câu hỏi sau đây liên quan chi phí sản xuất cà phê:

- Thông thường, chi phí để làm ra một ly cà phê là bao nhiêu?
- Chi phí tăng thêm bao nhiêu khi pha chế thêm một ly cà phê?

Mặc dù thoạt nhìn hai câu hỏi này dường như có cùng câu trả lời, nhưng thật ra không phải vậy. Cả hai câu trả lời đều có ý nghĩa quan trọng trong việc tìm hiểu xem các doanh nghiệp ra quyết định như thế nào.

Để tìm chi phí trên mỗi đơn vị sản phẩm điển hình, chúng ta sẽ đem chi phí của doanh nghiệp chia cho sản lượng đầu ra. Ví dụ, nếu tiệm pha chế được 2 ly cà phê mỗi giờ, tổng chi phí là 3,8 đô la, và chi phí của mỗi ly cà phê sẽ là 3,8/2 hay 1,9 đô la. Tổng chi phí đem chia cho sản lượng đầu ra được gọi là **tổng chi phí bình quân**[1]. Bởi vì tổng chi phí là tổng của chi phí cố định và chi phí biến đổi, tổng chi phí bình quân có thể được diễn đạt bằng tổng của chi phí cố định bình quân và chi phí biến đổi bình quân. **Chi phí cố định bình quân**[2] bằng chi phí cố định chia cho sản lượng, và **chi phí biến đổi bình quân**[3] bằng chi phí biến đổi chia cho sản lượng.

Tổng chi phí bình quân cho chúng ta biết chi phí của một đơn vị sản phẩm, nhưng nó không nói được tổng chi phí sẽ thay đổi thế nào khi doanh nghiệp thay đổi sản lượng. Cột cuối cùng của Bảng 2 thể hiện số lượng tổng chi phí tăng lên khi doanh nghiệp gia tăng sản xuất thêm một đơn vị. Con số này được gọi là **chi phí biên**[4]. Ví dụ, nếu Conrad tăng sản xuất từ 2 ly lên 3 ly cà phê, tổng chi phí tăng từ 3,8 đô la lên 4,5 đô la, do đó, chi phí biên của ly cà phê thứ ba là 4,5 đô la trừ đi 3,8 đô la hay là 0,7 đô la. Trong bảng tính này, chi phí biên xuất hiện nằm ở lưng chừng giữa hai cột và nó thể hiện sự thay đổi trong tổng chi phí khi sản lượng đầu ra tăng từ mức độ này sang mức độ khác.

Sẽ là hữu ích khi diễn đạt những định nghĩa trên đây bằng công thức:

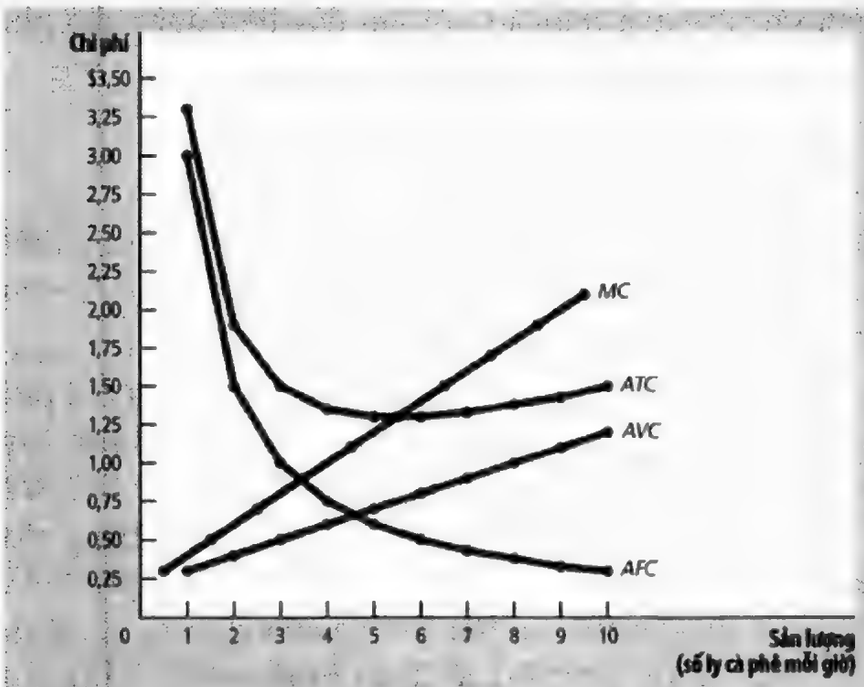
$$\text{Tổng chi phí bình quân} = \text{Tổng chi phí} / \text{Sản lượng}$$
$$ATC = TC/Q$$

và

$$\text{Chi phí biên} = \frac{\text{Mức thay đổi trong Tổng chi phí}}{\text{Mức thay đổi trong tổng sản lượng}}$$
$$MC = \Delta TC / \Delta Q$$

Ở đây Δ, ký tự Hy Lạp (đọc là delta), biểu thị sự thay đổi của một biến số. Những phương trình này cho thấy tổng chi phí bình quân và chi phí biên được tính toán như thế nào từ tổng chi phí. *Tổng chi phí bình quân cho chúng ta biết chi*

1. **Tổng chi phí bình quân**: tổng chi phí chia cho sản lượng.
2. **Chi phí cố định bình quân**: chi phí cố định chia cho sản lượng.
3. **Chi phí biến đổi bình quân**: chi phí biến đổi chia cho sản lượng.
4. **Chi phí biên**: phần tăng thêm trong tổng chi phí khi sản xuất thêm một đơn vị sản phẩm.



Hình 4

Đường Chi phí bình quân và Chi phí biên của Conrad

Hình này thể hiện tổng chi phí bình quân (ATC), chi phí cố định bình quân (AFC), chi phí biến đổi bình quân (AVC), và chi phí biên (MC) của tiệm cà phê Conrad. Tất cả những đường này có được từ số liệu trong Bảng 2. Những đường chi phí này có ba đặc điểm đặc trưng mà doanh nghiệp nào cũng có: (1) chi phí biên tăng cùng mức sản lượng. (2) đường tổng chi phí bình quân có dạng hình chữ U. (3) Đường chi phí biên cắt đường tổng chi phí bình quân tại tổng chi phí bình quân tối thiểu.

phí của một đơn vị sản phẩm đầu ra thông thường nếu đem tổng chi phí chia đều cho tất cả các đơn vị sản phẩm được sản xuất. Chi phí biên cho chúng ta biết sự gia tăng trong tổng chi phí phát sinh từ việc sản xuất thêm một đơn vị sản phẩm. Chúng ta sẽ nghiên cứu đầy đủ hơn ở chương sau vì sao những nhà quản lý kinh doanh như Conrad lại cần phải ghi nhớ những khái niệm như tổng chi phí bình quân và chi phí biên khi quyết định xem cần sản xuất bao nhiêu sản phẩm để cung cấp ra thị trường.

Đường chi phí và hình dạng của nó

Ở những chương trước đây, chúng ta đã thấy được sự hữu ích của đồ thị đường cung và đường cầu khi phân tích về hành vi của thị trường, thì giờ đây đồ thị đường chi phí trung bình và chi phí biên sẽ hữu ích khi phân tích hành vi của doanh nghiệp. Hình 4 vẽ ra đồ thị về chi phí của Conrad với dữ liệu từ Bảng 2. Trục hoành biểu thị sản lượng mà doanh nghiệp sản xuất, còn trục tung là chi phí biên và chi phí bình quân. Trên đồ thị có bốn đường: tổng chi phí bình quân (ATC), chi phí bình quân cố định (AFC), chi phí bình quân biến đổi (AVC) và chi phí biên (MC)

Ở đây, các đường biểu thị cho chi phí của quán cà phê của Conrad có những đặc điểm chung giống như đường chi phí của nhiều doanh nghiệp trong nền kinh tế. Hãy xem xét ba đặc tính cụ thể sau đây: hình dạng của đường chi phí biên, hình dạng của đường tổng chi phí bình quân, và mối quan hệ giữa chi phí biên và tổng chi phí bình quân.

Chi phí biên tăng dần Chi phí biên của Conard tăng dần theo sản lượng đầu ra. Điều này phản ánh tính chất của quy luật sản lượng biên giảm dần. Khi Conrad sản xuất một số lượng nhỏ cà phê, anh ấy có ít công nhân, và nhiều thiết bị không được sử dụng hết công suất. Bởi vì anh ấy có thể dễ dàng sử dụng những nguồn tài nguyên nhàn rỗi này, mức sản lượng biên của mỗi công nhân

thuê mới sẽ lớn, trong khi chi phí biên để pha chế thêm một ly cà phê nữa là nhỏ. Ngược lại, khi Conrad đã sản xuất một số lượng lớn cà phê, cửa hàng của anh ta đông nhân viên và hầu hết các thiết bị đã được tận dụng gần như triệt để. Conrad có thể chế biến thêm nhiều cà phê bằng cách thuê thêm nhân viên, nhưng những nhân viên mới này phải làm trong điều kiện chật chội và có thể phải xếp hàng chờ đến lượt sử dụng trang thiết bị. Do đó, khi mà mức sản lượng cà phê đã khá cao, sản lượng biên của một nhân viên mới sẽ thấp, chi phí biên để làm ra một ly cà phê mới sẽ cao.

Đường tổng chi phí bình quân hình chữ U Tổng chi phí bình quân của Conrad có hình dạng chữ U, như trong Hình 4. Để hiểu lý do tại sao như vậy, hãy nhớ lại rằng tổng chi phí bình quân là tổng của chi phí cố định bình quân và chi phí biến đổi bình quân. Chi phí cố định bình quân sẽ liên tục giảm đi khi mà sản lượng tăng lên bởi vì chi phí cố định được phân bổ đều cho số lượng đơn vị sản phẩm ngày càng tăng. Chi phí biến đổi bình quân thường sẽ tăng khi sản lượng đầu ra tăng do sản lượng biên giảm dần.

Tổng chi phí bình quân phản ánh hình dạng của cả chi phí cố định bình quân lẫn chi phí biến đổi bình quân. Ở mức sản lượng đầu ra thấp, như là 1 hay 2 ly mỗi giờ, tổng chi phí bình quân rất cao. Mặc dù chi phí biến đổi bình quân thấp nhưng chi phí cố định bình quân cao, bởi vì chi phí cố định chỉ được phân bổ đều ra cho một số ít đơn vị sản phẩm. Khi sản lượng tăng lên, chi phí cố định được phân bổ rộng rãi hơn. Khi đó, chi phí cố định trung bình giảm, đầu tiên là giảm nhanh, sau đó chậm lại từ từ. Kết quả là, tổng chi phí bình quân cũng giảm cho đến khi sản lượng đầu ra của doanh nghiệp đạt đến mức 5 ly cà phê mỗi giờ, khi đó tổng chi phí bình quân là 1,3 đô la cho mỗi ly cà phê. Tuy nhiên, khi doanh nghiệp sản xuất hơn 6 ly mỗi giờ, sự gia tăng chi phí biến đổi bình quân trở nên mạnh mẽ hơn và làm cho tổng chi phí bình quân bắt đầu tăng theo. Sự giằng co giữa hai khoản chi phí cố định bình quân và chi phí biến đổi bình quân tạo nên hình dạng chữ U của đường tổng chi phí bình quân.

Tại đáy của đường hình chữ U là mức sản lượng mà tổng chi phí bình quân thấp nhất. Mức sản lượng này đôi khi được gọi là **quy mô hiệu quả**[1] của doanh nghiệp. Đối với Conrad, quy mô hiệu quả là 5 hay 6 ly cà phê mỗi giờ. Nếu anh ta sản xuất nhiều hơn hay ít hơn số lượng này, tổng chi phí bình quân của anh ta sẽ vượt qua mức tối thiểu 1,3 đô la. Ở mức sản lượng đầu ra thấp hơn, tổng chi phí bình quân cao hơn 1,3 đô la bởi vì chi phí cố định chỉ phải phân bổ cho một số ít đơn vị sản phẩm. Ở mức đầu ra cao hơn, tổng chi phí bình quân sẽ cao hơn mức 1,3 đô la bởi vì mức sản lượng biên của đầu vào giảm một cách đáng kể. Ở mức quy mô hiệu quả, hai lực này cân bằng với nhau, tạo ra tổng chi phí bình quân thấp nhất.

Mối quan hệ giữa chi phí biên và tổng chi phí bình quân Nếu như nhìn vào Hình 4 (hay nhìn lại Bảng 2), bạn sẽ phát hiện ra một điều khá ngạc nhiên. *Bất cứ khi nào mà chi phí biên nhỏ hơn tổng chi phí bình quân, thì tổng chi phí bình quân*

1. **Quy mô hiệu quả**: mức sản lượng mà tại đó tổng chi phí bình quân thấp nhất.

đang giảm dần. Bất cứ khi nào mà chi phí biên lớn hơn tổng chi phí bình quân, tổng chi phí bình quân đang tăng dần. Tính chất này của đường chi phí của Conrad không phải là sự trùng hợp ngẫu nhiên từ những con số trong ví dụ, nó đúng cho tất cả các doanh nghiệp.

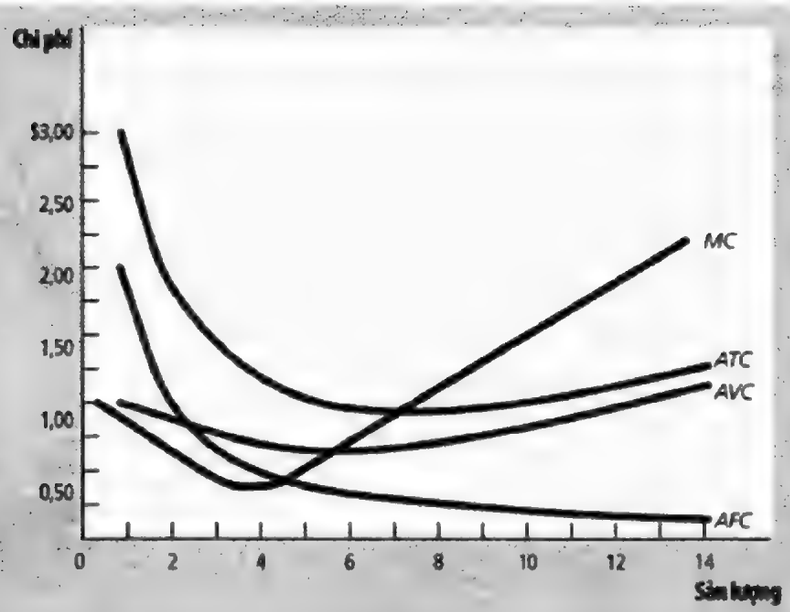
Để xem lý do tại sao như vậy, chúng ta hãy xem xét một trường hợp tương tự. Tổng chi phí bình quân giống như điểm trung bình tích lũy. Chi phí biên giống như điểm của môn học tiếp theo mà bạn sẽ nhận được. Nếu như điểm của môn học kế tiếp mà bạn nhận được thấp hơn điểm trung bình, điểm trung bình sẽ bị kéo xuống. Nếu điểm của môn học kế tiếp cao hơn điểm trung bình, điểm trung bình sẽ được nâng lên. Về mặt toán học, mối quan hệ giữa tổng chi phí bình quân và chi phí biên cũng giống như điểm trung bình và điểm của môn học tiếp theo.

Mối quan hệ giữa tổng chi phí bình quân và chi phí biên kéo theo một hệ quả quan trọng: *đường chi phí biên sẽ đi qua điểm thấp nhất của đường tổng chi phí bình quân.* Vì sao? Tại mức sản lượng đầu ra thấp, đường chi phí biên nằm dưới đường tổng chi phí bình quân, vì vậy tổng chi phí bình quân giảm dần. Nhưng sau khi hai đường giao nhau, chi phí biên bắt đầu cao hơn tổng chi phí bình quân. Như lý do mà chúng ta đã vừa mới thảo luận ở trên, tổng chi phí bình quân sẽ phải tăng ở mức sản lượng đầu ra này. Do đó, điểm giao nhau chính là điểm có tổng chi phí bình quân thấp nhất. Trong những chương tiếp theo, các bạn sẽ thấy được rằng điểm có tổng chi phí bình quân thấp nhất sẽ đóng vai trò then chốt trong việc phân tích hoạt động của các doanh nghiệp cạnh tranh trên thị trường.

Các đường chi phí điển hình

Trong những ví dụ mà chúng ta đã nghiên cứu qua, các doanh nghiệp thể hiện tính chất sản lượng biên giảm dần và do đó, chi phí biên tăng dần theo mức tăng của sản lượng đầu ra. Giả định đơn giản này rất là hữu ích bởi vì nó cho phép chúng ta tập trung vào những đặc điểm then chốt của các đường chi phí, góp phần vào việc phân tích hành vi của doanh nghiệp. Nhưng các doanh nghiệp trong thực tế thường phức tạp hơn thế này rất nhiều. Trong nhiều doanh nghiệp, sản lượng biên không hẳn là sẽ giảm ngay lập tức sau khi nhân viên đầu tiên được thuê mướn để làm việc. Phụ thuộc vào quá trình sản xuất, nhân viên thứ hai hay thứ ba có thể mang lại mức sản lượng biên lớn hơn người đầu tiên, bởi vì làm việc nhóm có thể phân chia công việc và nhiệm vụ một cách hiệu quả hơn là một cá nhân. Các doanh nghiệp với đặc điểm này sẽ có đường sản lượng biên tăng dần một khoảng rồi sau đó giảm dần.

Hình 5 thể hiện các đường chi phí của một doanh nghiệp, bao gồm tổng chi phí bình quân (ATC), chi phí cố định bình quân (AFC), chi phí biến đổi bình quân (AVC) và chi phí biên (MC). Khi mức sản lượng thấp, doanh nghiệp trải qua giai đoạn sản lượng biên tăng dần và đường chi phí biên giảm dần. Cuối cùng, sản lượng biên của doanh nghiệp bắt đầu giảm dần, và chi phí biên bắt đầu tăng. Sự kết hợp của mức sản lượng biên tăng dần rồi giảm dần đã làm cho đường tổng chi phí bình quân có dạng hình chữ U.



Hình 5

Đường chi phí của một doanh nghiệp thông thường

Nhiều doanh nghiệp có sản lượng biên tăng dần trước khi giảm dần. Kết quả là, họ có những đường chi phí có hình dạng như trên biểu đồ này. Lưu ý rằng chi phí biên và chi phí biến đổi bình quân sẽ giảm một chút trước khi bắt đầu tăng lên.

Mặc dù các ví dụ trên đây có một số điểm khác nhau, nhưng những đường chi phí ở đây có ba đặc điểm chung rất quan trọng cần ghi nhớ:

- Sớm muộn gì thì chi phí biên cũng sẽ tăng khi sản lượng đầu ra tăng.
- Đường tổng chi phí bình quân có dạng hình chữ U.
- Đường chi phí biên cắt đường tổng chi phí bình quân tại điểm thấp nhất của đường tổng chi phí bình quân.

KIỂM TRA NHANH: *Giả định rằng tổng chi phí để sản xuất 4 chiếc xe của hãng Honda là 225.000 đô la và tổng chi phí để sản xuất 5 chiếc là 250.000 đô la. Tổng chi phí bình quân để sản xuất 5 chiếc xe hơi là bao nhiêu? Chi phí biên cho việc sản xuất chiếc thứ 5 là bao nhiêu? • Hãy vẽ đường chi phí biên và tổng chi phí bình quân của một doanh nghiệp thông thường và giải thích xem những đường này cắt nhau ở đâu và tại sao?*

CHI PHÍ TRONG NGẮN HẠN VÀ TRONG DÀI HẠN

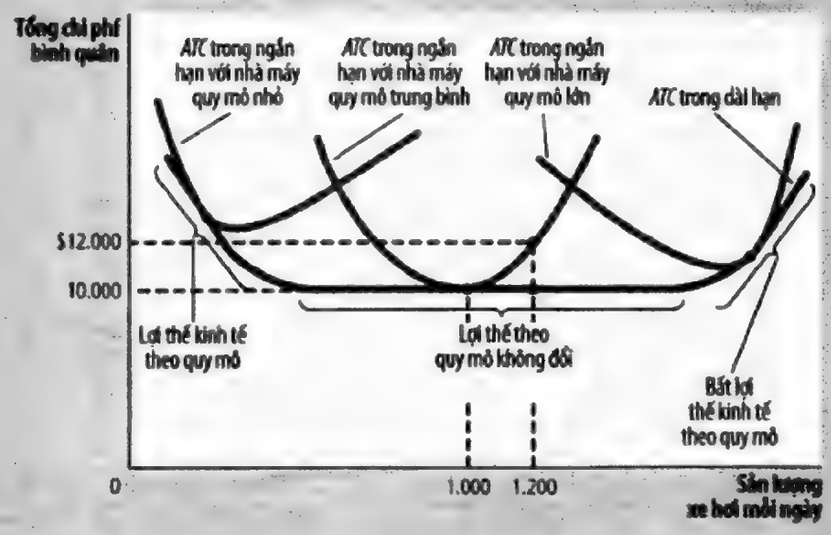
Như chúng ta đã biết trong phần trước của chương này, chi phí của một doanh nghiệp có thể thay đổi phụ thuộc vào độ dài của khoảng thời gian xem xét. Hãy tìm hiểu một cách tỉ mỉ hơn lý do tại sao lại như vậy.

Mối quan hệ giữa tổng chi phí bình quân ngắn hạn và dài hạn

Đối với nhiều doanh nghiệp, ranh giới phân chia của tổng chi phí thành chi phí cố định và chi phí biến đổi phụ thuộc vào độ dài thời gian. Hãy cùng xem một ví dụ về một hãng sản xuất xe hơi như Ford Motor. Trong một giai đoạn chỉ vài tháng, Ford không thể điều chỉnh số lượng hay quy mô nhà máy sản xuất xe hơi của họ được. Cách duy nhất để tăng thêm sản lượng là thuê thêm nhân công. Do đó, chi phí của những nhà máy sản xuất này là chi phí cố định trong ngắn hạn. Ngược

Hình 6
Tổng chi phí bình quân trong ngắn hạn và dài hạn

Bởi vì chi phí cố định sẽ có thể thay đổi trong dài hạn, đường tổng chi phí bình quân trong ngắn hạn khác với trong dài hạn.



lại, trong giai đoạn một vài năm, Ford có thể mở rộng quy mô nhà máy sản xuất, xây dựng thêm nhà máy mới hay đóng cửa những nhà máy cũ. Do đó, chi phí của những nhà máy sản xuất là chi phí biến đổi trong dài hạn.

Bởi vì có nhiều quyết định là cố định trong ngắn hạn nhưng lại là biến đổi trong dài hạn, đường chi phí dài hạn của một doanh nghiệp khác với những đường chi phí trong ngắn hạn. Hãy xem ví dụ này trong Hình 6. Trên hình có ba đường tổng chi phí bình quân trong ngắn hạn ứng với ba nhà máy sản xuất có quy mô nhỏ, trung bình và lớn. Trên hình cũng đồng thời biểu thị một đường tổng chi phí bình quân trong dài hạn. Khi doanh nghiệp dịch chuyển dọc theo đường chi phí dài hạn, họ thay đổi quy mô của nhà máy tùy theo mức sản lượng.

Đồ thị này cho thấy đường chi phí ngắn hạn và dài hạn có liên hệ với nhau như thế nào. Đường tổng chi phí bình quân dài hạn có dạng hình chữ U phẳng hơn rất nhiều so với đường tổng chi phí bình quân ngắn hạn. Thêm vào đó, tất cả các đường ngắn hạn nằm trên hoặc phía trên đường dài hạn. Những tính chất này xuất phát từ việc doanh nghiệp trong dài hạn có tính linh hoạt cao hơn trong ngắn hạn. Về bản chất, trong dài hạn, ứng với từng giai đoạn, doanh nghiệp sẽ chọn đường ngắn hạn nào mà họ muốn sử dụng. Nhưng trong ngắn hạn, họ sẽ phải sử dụng đường chi phí ngắn hạn mà họ đã chọn trước đó.

Đồ thị cũng đưa ra một ví dụ về việc thay đổi mức sản lượng sẽ ảnh hưởng đến sự thay đổi về chi phí như thế nào trong các khoản thời gian khác nhau. Khi Ford muốn gia tăng sản lượng từ 1.000 lên 2.000 chiếc xe hơi mỗi ngày, trong ngắn hạn, họ không có cách nào khác ngoài việc thuê thêm công nhân làm việc ở những nhà máy hiện có với quy mô trung bình. Do đặc tính sản lượng biên giảm dần, tổng chi phí bình quân tăng từ 10.000 đô la lên 12.000 đô la cho mỗi chiếc xe. Tuy nhiên, trong dài hạn, Ford có thể mở rộng đồng thời quy mô nhà máy sản xuất lẫn số lượng công nhân, và khi đó tổng chi phí bình quân trở về mức 10.000 đô la.

Câu hỏi là, phải mất bao lâu để doanh nghiệp chuyển sang dài hạn? Câu trả lời phụ thuộc vào từng doanh nghiệp. Có thể mất một năm hoặc lâu hơn để một doanh nghiệp lớn, như là công ty sản xuất xe hơi, xây dựng nhà máy rộng lớn hơn. Ngược lại, một người quản lý quán cà phê có thể mua một máy chế biến cà phê

khác trong vòng một vài ngày. Do đó, không có một câu trả lời thống nhất cho câu hỏi phải mất bao lâu một doanh nghiệp có thể điều chỉnh cơ sở vật chất tham gia vào quá trình sản xuất.

Lợi thế và bất lợi kinh tế theo quy mô

Hình dạng của đường tổng chi phí bình quân dài hạn chứa đựng những thông tin quan trọng về quá trình sản xuất của một doanh nghiệp khi sản xuất một hàng hóa. Cụ thể, nó cho chúng ta biết chi phí biến đổi như thế nào tùy theo quy mô, ở đây là quy mô hoạt động của doanh nghiệp. Khi tổng chi phí bình quân của doanh nghiệp trong dài hạn giảm dần khi sản lượng đầu ra tăng, chúng ta gọi đó là **lợi thế kinh tế theo quy mô**[1]. Khi tổng chi phí bình quân của doanh nghiệp trong dài hạn tăng dần khi sản lượng đầu ra tăng, chúng ta gọi điều đó là **bất lợi kinh tế theo quy mô**[2]. Khi tổng chi phí bình quân không thay đổi theo mức sản lượng đầu ra, chúng ta gọi đó là **lợi thế không đổi theo quy mô**[3]. Trong ví dụ này, Ford có lợi thế kinh tế theo quy mô ở mức sản lượng thấp, lợi thế theo quy mô không đổi ở mức sản lượng trung bình và bất lợi thế kinh tế theo quy mô ở mức sản lượng cao.

Điều gì có thể là nguyên nhân tạo ra lợi thế và bất lợi thế kinh tế theo quy mô? Lợi thế kinh tế theo quy mô thường nảy sinh do mức sản lượng cao hơn cho phép sự *chuyên môn hóa* trong những người công nhân lao động, cho phép mỗi công nhân làm việc tốt hơn với mỗi nhiệm vụ cụ thể được giao. Ví dụ như, nếu Ford thuê một số lượng lớn công nhân và sản xuất một số lượng lớn xe hơi, họ có thể giảm chi phí với dây chuyền sản xuất lắp ráp hiện đại. Bất lợi theo quy mô có thể phát sinh là do các *vấn đề về công tác phối hợp* ẩn chứa ở bất cứ các tổ chức nào có quy mô lớn. Càng sản xuất thêm nhiều xe hơi, đội ngũ quản lý càng bị kéo giãn hơn, và các nhà quản lý sẽ khó mà kìm giữ được chi phí ở mức thấp.

Phân tích này cũng đã chỉ ra tại sao tổng chi phí bình quân dài hạn thường có dạng hình chữ U. Ở mức sản lượng thấp, doanh nghiệp sẽ có thêm lợi nhuận khi mở rộng quy mô sản xuất bởi vì họ có thể tận dụng lợi thế của việc chuyên môn hóa sâu hơn. Ở giai đoạn này, các vấn đề về hợp tác vẫn chưa nghiêm trọng. Ngược lại, ở mức sản lượng cao, những lợi ích của việc chuyên môn hóa đã được nhận diện và phát huy, và các vấn đề về hợp tác trở nên nghiêm trọng hơn khi quy mô doanh nghiệp ngày càng lớn. Do đó, tổng chi phí bình quân trong dài hạn sẽ giảm xuống khi mức sản lượng còn thấp bởi vì sự gia tăng chuyên môn hóa, và sẽ tăng lên khi quy mô sản xuất lớn do những khó khăn trong việc phối hợp hành động ngày càng tăng.

---

1. **Lợi thế kinh tế theo quy mô**: tổng chi phí bình quân trong dài hạn giảm khi sản lượng tăng.
2. **Bất lợi kinh tế theo quy mô**: tổng chi phí bình quân trong dài hạn tăng khi sản lượng tăng.
3. **Lợi thế không đổi theo quy mô**: tổng chi phí bình quân trong dài hạn không đổi khi sản lượng thay đổi.

BẠN CÓ BIẾT ***Bài học từ nhà máy sản xuất đinh ghim***

"Nhất nghệ tinh, nhất thân vinh". Câu ngạn ngữ nổi tiếng này giúp giải thích tại sao đôi khi các công ty có thể đạt được lợi thế kinh tế theo quy mô. Một người cố gắng làm tất cả mọi thứ thì cuối cùng cũng chẳng làm việc gì ra hồn. Nếu một doanh nghiệp muốn công nhân của mình làm việc với năng suất cao nhất có thể, thông thường, cách tốt nhất là cho mỗi người làm một số ít việc nào đó mà họ thật sự thành thạo. Nhưng điều này chỉ khả thi khi doanh nghiệp thuê mướn một số lượng lớn công nhân với mức sản lượng đầu ra lớn.

Trong cuốn sách nổi tiếng của mình *"Bàn về bản chất và nguồn gốc của sự giàu có của các quốc gia"*, Adam Smith mô tả một chuyến đi của mình đến nhà máy sản xuất đinh ghim. Smith rất ấn tượng bởi sự chuyên môn hóa lao động và lợi thế kinh tế theo quy mô mà họ đạt được. Ông viết:

> *Một người rút dây, một người kéo thẳng nó ra, người thứ ba cắt, người thứ tư bấm lỗ, người thứ năm đập vào đầu sợi dây để tạo thành đầu kim, để làm được đầu ghim cần có hai hay ba thao tác; làm ra nó là một công đoạn kỳ diệu, đánh bóng nó lại là một công đoạn khác, thậm chí việc đóng hộp cũng là một công đoạn riêng.*

Smith nói rằng, do có quá trình chuyên môn hóa, mỗi công nhân ở nhà máy sản xuất đinh ghim đã tạo ra hàng ngàn chiếc mỗi ngày. Ông ta phỏng đoán là, nếu như mỗi công nhân cứ làm việc một cách độc lập chứ không như một đội ngũ công nhân được chuyên môn hóa, họ chắc chắn không thể nào làm nổi 20 chiếc mỗi ngày, thậm chí còn không được chiếc nào. Nói cách khác, nhờ có chuyên môn hóa, ở nhà máy sản xuất đinh ghim lớn, mỗi công nhân có thể sản xuất ra nhiều sản phẩm với chi phí bình quân thấp hơn là ở những nhà máy sản xuất đinh ghim quy mô nhỏ.

Sự chuyên môn hóa mà Smith quan sát được ở nhà máy sản xuất đinh ghim là hình ảnh rất phổ biến ở nền kinh tế hiện đại. Ví dụ, nếu bạn muốn xây nhà, bạn có thể tự mình cố gắng làm tất cả mọi việc. Nhưng hầu hết mọi người sẽ tìm nhà thầu xây dựng: người đó sẽ đi thuê thợ mộc, thợ ống nước, thợ điện, thợ sơn, và nhiều loại công nhân khác. Những công nhân này được chuyên môn hóa vào từng công việc cụ thể, điều này cho phép họ làm việc tốt hơn trong những việc mà họ làm, hơn là làm mọi thứ. Dĩ nhiên, tác dụng của chuyên môn hóa để giúp đạt được lợi thế kinh tế theo quy mô là một lý do giúp cho các xã hội hiện đại trở nên thịnh vượng như ngày nay.

KIỂM TRA NHANH: *Nếu như Boeing sản xuất 9 chiếc phản lực một tháng, tổng chi phí trong dài hạn của hãng là 9 triệu đô la một tháng. Nếu như hãng sản xuất 10 chiếc mỗi tháng, tổng chi phí trong dài hạn là 9,5 triệu đô la mỗi tháng. Như vậy, hãng Boeing có lợi thế hay bất lợi thế theo quy mô?*

KẾT LUẬN

Mục tiêu của chương này là phát triển một số công cụ để nghiên cứu xem các doanh nghiệp đưa ra quyết định sản xuất và định giá như thế nào. Người đọc giờ đây có thể hiểu được các nhà kinh tế muốn nói gì khi để cập đến thuật ngữ chi phí và chi phí thay đổi theo sản lượng đầu ra của một doanh nghiệp như thế nào. Bảng 3 tóm tắt một vài định nghĩa mà chúng ta đã gặp giúp chúng ta nhớ lại những điều đã học.

Tự bản thân những đường chi phí của một doanh nghiệp không thể cho chúng ta biết những quyết định của doanh nghiệp sẽ như thế nào. Nhưng đó là

Bảng 3
Tóm tắt các loại chi phí

Thuật ngữ	Định nghĩa	Mô tả toán học
Chi phí sổ sách	Những chi phí cho yếu tố đầu vào đòi hỏi doanh nghiệp phải bỏ tiền ra chi trả	
Chi phí ẩn	Chi phí đầu vào không đòi hỏi doanh nghiệp phải chi tiền ra để trả	
Chi phí cố định	Chi phí không đổi theo mức sản lượng	FC
Chi phí biến đổi	Chi phí thay đổi theo mức sản lượng	VC
Tổng chi phí	Là giá trị thị trường của những đầu vào mà doanh nghiệp sử dụng để sản xuất	$TC = FC + VC$
Chi phí cố định bình quân	Chi phí cố định chia cho sản lượng	$AFC = FC / Q$
Chi phí biến đổi bình quân	Chi phí biến đổi chia cho sản lượng	$AVC = VC / Q$
Tổng chi phí bình quân	Tổng chi phí chia cho sản lượng	$ATC = TC / Q$
Chi phí biên	Chi phí tăng thêm khi sản xuất thêm một đơn vị sản phẩm	$MC = \Delta TC / \Delta Q$

chìa khóa quan trọng của việc ra quyết định mà chúng ta sẽ được thấy ở chương tiếp theo.

TÓM TẮT

- Mục tiêu của doanh nghiệp là tối đa hóa lợi nhuận, lợi nhuận thì bằng tổng doanh thu trừ đi tổng chi phí.
- Khi phân tích hành vi của các doanh nghiệp, vấn đề quan trọng là phải tính hết tất cả các chi phí cơ hội trong quá trình sản xuất. Một vài chi phí cơ hội, như tiền công doanh nghiệp trả cho công nhân, chi phí sổ sách. Những chi phí cơ hội khác, như tiền công mà người chủ sở hữu doanh nghiệp từ bỏ khi đi làm trong doanh nghiệp của mình thay vì đi làm việc ở chỗ khác, là chi phí ẩn. Lợi nhuận kinh tế tính luôn cả chi phí sổ sách và chi phí ẩn, trong khi lợi nhuận kế toán chỉ xem xét chi phí sổ sách.
- Chi phí của một doanh nghiệp phản ánh quá trình sản xuất của nó. Hàm sản xuất của một doanh nghiệp thông thường sẽ trở nên phẳng hơn khi sản lượng đầu vào tăng, biểu thị quy luật sản lượng biên giảm dần. Hệ quả là đường tổng chi phí của một doanh nghiệp sẽ dốc hơn khi sản lượng tăng.
- Tổng chi phí của một doanh nghiệp có thể được chia ra làm hai loại chi phí: chi phí cố định và chi phí biến đổi. Chi phí cố định là chi phí không thay đổi khi doanh nghiệp thay đổi mức sản lượng. Chi phí biến đổi là chi phí thay đổi khi doanh nghiệp thay đổi mức sản lượng.

- Từ tổng chi phí của một doanh nghiệp, chúng ta có thể tính được hai đại lượng về chi phí có quan hệ với nhau. Tổng chi phí bình quân bằng tổng chi phí chia cho tổng sản lượng đầu ra. Chi phí biên là khoản tổng chi phí tăng thêm khi sản xuất thêm một đơn vị sản phẩm.
- Khi phân tích hành vi của doanh nghiệp, người ta thường vẽ ra đồ thị đường tổng chi phí bình quân và chi phí biên vì cách làm này sẽ rất là hữu ích. Đối với một doanh nghiệp thông thường, chi phí biên tăng lên theo sản lượng đầu ra. Ban đầu, tổng chi phí bình quân giảm xuống khi sản lượng tăng lên, nhưng sau đó tăng lên khi mà sản lượng tăng thêm. Đường chi phí biên luôn luôn cắt đường tổng chi phí bình quân ở điểm có tổng chi phí bình quân tối thiểu.
- Chi phí của một doanh nghiệp thường phụ thuộc vào độ dài của thời gian nghiên cứu. Cụ thể, nhiều chi phí là cố định trong ngắn hạn nhưng lại biến đổi trong dài hạn. Hệ quả là khi doanh nghiệp thay đổi mức sản lượng, tổng chi phí bình quân có thể tăng lên trong ngắn hạn nhanh hơn trong dài hạn.

KHÁI NIỆM THEN CHỐT

Tổng doanh thu	total revenue
Tổng chi phí	total cost
Lợi nhuận	profit
Chi phí sổ sách	explicit cost
Chi phí ẩn	implicit cost
Lợi nhuận kinh tế	economic profit
Lợi nhuận kế toán	accounting profit
Hàm sản xuất	production function
Sản lượng biên	marginal product
Sản lượng biên giảm dần	diminishing marginal product
Chi phí cố định	fixed cost
Chi phí biến đổi	variable cost
Tổng chi phí bình quân	average total cost
Chi phí cố định bình quân	average fixed cost
Chi phí biến đổi bình quân	average variable cost
Chi phí biên	marginal cost
Quy mô hiệu quả	efficient scale
Lợi thế kinh tế theo quy mô	economies of scale
Bất lợi thế kinh tế theo quy mô	diseconomies of scale
Lợi thế không đổi theo quy mô	constant returns to scale

CÂU HỎI ÔN TẬP

1. Hãy cho một ví dụ về chi phí cơ hội mà một nhân viên kế toán có thể không tính đó là chi phí. Tại sao viên kế toán bỏ qua chi phí này?
2. Hãy cho biết mối quan hệ giữa tổng doanh thu, lợi nhuận và tổng chi phí của một doanh nghiệp.
3. Hãy vẽ một hàm sản xuất biểu thị quy luật sản lượng biên theo lao động giảm dần. Hãy vẽ đường tổng chi phí có liên quan. (Trong cả hai trường hợp, nhớ ghi tên của các biến lên hai trục). Hãy giải thích về hình dạng của hai đường mà bạn đã vẽ.
4. Sản lượng biên là gì? Và nó có ý nghĩa gì khi có tính chất giảm dần?
5. Hãy vẽ đường chi phí biên và tổng chi phí bình quân đối với một doanh nghiệp thông thường. Giải thích về lý do tạo ra hình dạng của những đường này cũng như đặc điểm tại điểm giao nhau.
6. Định nghĩa *tổng chi phí, tổng chi phí bình quân,* và *chi phí biên.* Chúng có liên hệ với nhau như thế nào?
7. Định nghĩa *lợi thế kinh tế theo quy mô* và giải thích tại sao điều này có thể xảy ra. Định nghĩa *bất lợi thế kinh tế theo quy mô* và giải thích tại sao điều này có thể xảy ra.
8. Đường tổng chi phí bình quân của một doanh nghiệp khác nhau như thế nào và lý do tại sao khác nhau trong ngắn hạn và dài hạn?

BÀI TẬP VÀ ỨNG DỤNG

1. Dì của bạn đang suy nghĩ về việc mở một cửa hàng bán thiết bị phần cứng. Dì ấy dự tính mỗi năm sẽ tốn 500.000 đô la để thuê mặt bằng và mua hàng hàng về bán. Hơn nữa, dì ấy cũng phải nghỉ công việc kế toán đang làm với thu nhập 50.000 đô la mỗi năm.
   a. Định nghĩa *chi phí cơ hội.*
   b. Chi phí cơ hội của việc điều hành cửa hàng phần cứng này là bao nhiêu mỗi năm? Nếu như dì ấy nghĩ rằng mình có thể bán được hàng hóa với doanh thu 510.000 đô la mỗi năm, dì ấy có nên mở cửa hàng hay không? Hãy giải thích.
2. Chương này thảo luận nhiều loại chi phí khác nhau: chi phí cơ hội, tổng chi phí, chi phí cố định, chi phí biến đổi, tổng chi phí bình quân, và chi phí biên. Hãy điền vào những câu dưới đây những từ thích hợp liên quan đến chi phí:
   a. Những thứ mà chúng ta phải hy sinh để làm việc gì khác được gọi là _____.
   b. _____sẽ giảm đi khi đường chi phí biên nằm dưới nó và sẽ tăng lên khi nằm trên.

c. Khoản chi phí không phụ thuộc vào mức sản lượng được gọi là _____.

d. Trong ngắn hạn, _____của ngành sản xuất kem bao gồm chi phí kem tươi và đường nhưng không bao gồm chi phí xây dựng nhà máy.

e. Lợi nhuận bằng tổng doanh thu trừ đi _____.

f. Chi phí sản xuất thêm một sản phẩm được gọi là _____.

3. Tập đoàn Nimbus sản xuất chổi và bán sản phẩm tại nhà. Sau đây là mối liên hệ giữa số công nhân và sản lượng đầu ra mỗi ngày:

Nhân công	Sản lượng	Sản lượng biên	Tổng chi phí	Tổng chi phí bình quân	Chi phí biên
0	0				
1	20				
2	50				
3	90				
4	120				
5	140				
6	150				
7	155				

a. Hãy điền vào cột sản lượng biên. Bạn thấy được điều gì? Hãy giải thích?

b. Chi phí cho một công nhân là 100 đô la một ngày, chi phí cố định của doanh nghiệp là 200 đô la. Sử dụng những thông tin này để điền vào cột tổng chi phí.

c. Điền vào cột tổng chi phí bình quân (nhớ lại: ATC = TC/Q). Bạn thấy được điều gì?

d. Bây giờ điền vào cột chi phí biên (nhớ lại: MC = ΔTC/ΔQ). Bạn thấy được điều gì?

e. So sánh cột sản lượng biên và cột chi phí biên. Giải thích mối quan hệ này.

f. So sánh cột tổng chi phí bình quân và cột chi phí biên. Giải thích mối quan hệ này.

4. Một ngư dân chuyên đánh bắt cá để kinh doanh nhận thấy mối quan hệ giữa số giờ đánh bắt cá và số lượng cá bắt được như sau:

Số giờ	Sản lượng cá (ĐVT: cân)
0 giờ	0 cân
1	10
2	18
3	24
4	28
5	30

a. Sản lượng biên của mỗi giờ đánh bắt cá là bao nhiêu?

b. Sử dụng dữ liệu trên để vẽ đồ thị hàm sản xuất của ngư dân này. Giải thích hình dạng của đồ thị.

c. Ngư dân này có chi phí cố định là 10 đô la (cần câu). Chi phí cơ hội cho mỗi giờ đi câu của anh ta là 5 đô la. Hãy vẽ đồ thị đường tổng chi phí. Giải thích hình dạng của đồ thị.

5. Hãy xem xét thông tin sau đây về chi phí của một cửa hàng bán bánh pizza:

Sản lượng	Tổng chi phí	Chi phí biến đổi
0 tá pizza	$300	$0
1	350	50
2	390	90
3	420	120
4	450	150
5	490	190
6	540	240

a. Chi phí cố định của cửa hàng pizza này là bao nhiêu?

b. Xây dựng một bảng tính tính toán chi phí biên cho mỗi tá bánh pizza dựa trên thông tin về tổng chi phí. Đồng thời tính toán chi phí biên cho mỗi tá bánh pizza dựa trên thông tin về chi phí biến đổi. Mối quan hệ giữa những tập thông số này như thế nào? Hãy bình luận.

6. Nếu như bạn là giám đốc phụ trách tài chính của một doanh nghiệp chuyên bán thiết bị âm nhạc kỹ thuật số. Doanh nghiệp của bạn có bảng tổng chi phí bình quân như sau:

Sản lượng	Tổng chi phí bình quân
600 thiết bị	$300
601	301

Mức sản lượng của bạn hiện tại là 600 thiết bị, và tất cả đều được bán hết. Một người nào đó đang rất cần mua 1 chiếc máy và đề xuất giá mua là 550 đô la. Bạn có đồng ý lời đề nghị này không? Tại sao có và tại sao không?

7. Người em họ của bạn Vinnie sở hữu một công ty chuyên sơn nhà cửa với chi phí cố định là 200 đô la và chi phí biến đổi như sau:

Số nhà sơn được mỗi tháng	1	2	3	4	5	6	7
Chi phí biến đổi	$10	$20	$40	$80	$160	$320	$640

Hãy tính chi phí cố định bình quân, chi phí biến đổi bình quân và tổng chi phí bình quân cho mỗi mức sản lượng. Quy mô hiệu quả của doanh nghiệp này là bao nhiêu?

8. Bạn đang suy nghĩ về một kế hoạch mở quầy bán nước chanh. Chi phí thiết kế quầy là 200 đô la. Nguyên vật liệu để làm ra mỗi ly nước chanh là 0,5 đô la.
   a. Chi phí cố định của kế hoạch kinh doanh này là bao nhiêu? Chi phí biến đổi trên mỗi ly nước chanh là bao nhiêu?
   b. Xây dựng một bảng tính thể hiện tổng chi phí, tổng chi phí bình quân, và chi phí biên cho mức sản lượng đầu ra dao động từ 0 đến 10 gallon (gợi ý: mỗi gallon tương ứng với 16 ly). Hãy vẽ ba đường chi phí trên.
9. Chính quyền thành phố đang xem xét hai đề xuất về thuế như sau:
   - Một khoản thuế đồng nhất 300 đô la đối với mỗi nhà sản xuất bánh hamburger.
   - Một khoản thuế đánh vào người sản xuất với mức 1 đô la trên mỗi chiếc bánh hamburger làm ra.
   a. Trong số những đường chi phí cố định bình quân, chi phí biến đổi bình quân, tổng chi phí bình quân và chi phí biên, đường nào sẽ thay đổi khi áp dụng thuế đồng nhất? Tại sao? Hãy thể hiện trên đồ thị. Ghi tên trên đồ thị một cách chính xác.
   b. Trong số những đường chi phí cố định bình quân, chi phí biến đổi bình quân, tổng chi phí bình quân và chi phí biên, đường nào sẽ thay đổi khi áp dụng thuế đánh trên sản phẩm? Tại sao? Hãy thể hiện trên đồ thị. Ghi chú thích trên đồ thị một cách chính xác.
10. Một doanh nghiệp sử dụng hai đầu vào để sản xuất: vốn và lao động. Trong ngắn hạn, doanh nghiệp không thể thay đổi lượng vốn đem vào sử dụng mà có thể thay đổi quy mô lực lượng lao động. Điều gì sẽ xảy ra đối với đường tổng chi phí bình quân, chi phí biến đổi bình quân, và chi phí biên khi
    a. chi phí vay vốn tăng?
    b. chi phí thuê lao động tăng?
11. Hãy xem bảng tính về tổng chi phí trong dài hạn của 3 doanh nghiệp khác nhau sau đây:

Sản lượng	1	2	3	4	5	6	7
Doanh nghiệp A	$60	$70	$80	$90	$100	$110	$120
Doanh nghiệp B	11	24	39	56	75	96	119
Doanh nghiệp C	21	34	49	66	85	106	129

    Các doanh nghiệp này có lợi thế hay bất lợi kinh tế theo quy mô không?
12. Cửa hàng bán nước trái cây của Jane có biểu chi phí như sau :

Sản lượng	Chi phí Biến đổi	Tổng Chi phí
0 bình	$ 0	$ 30
1	10	40
2	25	55
3	45	75

4	70	100
5	100	130
6	135	165

a. Tính chi phí biến đổi bình quân, tổng chi phí bình quân và chi phí biên tại mỗi mức sản lượng.
b. Hãy vẽ đồ thị ba đường trên. Giữa đường chi phí biên và đường tổng chi phí bình quân có mối quan hệ gì? Giữa đường chi phí biên và đường chi phí biến đổi bình quân? Hãy giải thích.

Để biết thêm thông tin về chủ đề của chương này, hãy ghé thăm website của chúng tôi tại *www.cengage.com/international* để xem thêm bài tập, ứng dụng, ví dụ, các bài kiểm tra trực tuyến và các nội dung khác.

14

DOANH NGHIỆP TRÊN THỊ TRƯỜNG CẠNH TRANH

Nếu như cây xăng ở gần nhà bạn tăng giá 20%, chúng ta sẽ thấy lượng xăng bán ra bị giảm đi một lượng lớn. Khách hàng sẽ nhanh chóng chuyển sang mua xăng ở cây xăng khác. Ngược lại, nếu như công ty cấp nước địa phương bạn tăng giá nước lên 20%, chúng ta sẽ thấy khối lượng nước bán ra sẽ giảm đi chỉ một ít. Người ta có thể tưới nước lên bãi cỏ ít thường xuyên hơn và sẽ mua vòi sen loại sử dụng nước tiết kiệm hơn, nhưng họ khó mà có thể giảm một lượng lớn nước tiêu thụ hằng ngày và khó tìm được nguồn thay thế khác. Sự khác nhau giữa thị trường xăng dầu và nước là khá rõ ràng: nhiều doanh nghiệp cung ứng xăng cho thị trường địa phương nhưng chỉ có một doanh nghiệp cung cấp nước. Chúng ta có thể kỳ vọng rằng sự khác biệt về cấu trúc thị trường ảnh hưởng đến các quyết định về giá cả và sản xuất của doanh nghiệp hoạt động trên những thị trường này.

Trong chương này, chúng ta sẽ nghiên cứu về hành vi của các doanh nghiệp cạnh tranh, ví dụ như những cây xăng địa phương. Bạn có thể nhớ lại là một thị trường cạnh tranh nếu như mỗi người mua và người bán là rất nhỏ so với quy mô thị trường, và do đó có rất ít khả năng ảnh hưởng đến giá cả thị trường. Ngược lại, nếu một doanh nghiệp có thể ảnh hưởng đến giá cả của hàng hóa mà họ bán ra thị trường, doanh nghiệp đó được cho là có *quyền lực thị trường*. Ở phần sau của cuốn sách này, chúng ta sẽ nghiên cứu về hành vi của doanh nghiệp có quyền lực thị trường, ví dụ như công ty cấp nước ở địa phương.

Phân tích của chúng ta về doanh nghiệp cạnh tranh trong chương này làm sáng tỏ những quyết định nằm đằng sau đường cung trong thị trường cạnh tranh. Không hề ngạc nhiên rằng chúng ta sẽ tìm thấy một đường cung thị trường có mối liên kết gắn chặt với chi phí sản xuất của các doanh nghiệp. Tuy nhiên, đáp án cho câu hỏi rằng trong số những loại chi phí của doanh nghiệp như chi phí cố định, chi phí biến đổi, chi phí bình quân hay chi phí biên, chi phí nào là có liên quan nhiều nhất tới quyết định về phía cung, là ít rõ ràng. Chúng ta sẽ thấy tất cả các loại chi phí này đều đóng vai trò quan trọng và có liên quan với nhau.

THỊ TRƯỜNG CẠNH TRANH LÀ GÌ?

Mục tiêu của chúng ta trong chương này là kiểm tra xem các doanh nghiệp ra quyết định sản xuất như thế nào trong những thị trường cạnh tranh. Để chuẩn bị nền tảng cho phân tích này, chúng ta bắt đầu bằng việc ôn lại xem thế nào là thị trường cạnh tranh.

Ý nghĩa của cạnh tranh

Một **thị trường cạnh tranh**[1], thường hay được gọi là *thị trường cạnh tranh hoàn hảo*, có đặc điểm như sau:

- Có rất nhiều người mua và người bán trên thị trường.
- Hàng hóa được nhiều nhà cung cấp khác nhau bán ra thị trường phần lớn là như nhau.

Hệ quả của những điều kiện này là những hành động của người mua và người bán trên thị trường có ảnh hưởng không đáng kể đến giá cả thị trường. Mỗi người mua và người bán là người chấp nhận giá do thị trường quyết định.

Hãy xem một ví dụ về thị trường sữa. Không có một người tiêu dùng sữa nào có thể ảnh hưởng đến giá của sữa bởi vì mỗi người chỉ mua một lượng nhỏ so với quy mô của thị trường. Tương tự, mỗi người chăn nuôi bò sữa có sự chi phối rất hạn chế lên giá sữa bởi vì còn có rất nhiều người bán sữa khác mà chất lượng thì cơ bản là giống nhau. Bởi vì mỗi người bán có thể bán hết những gì anh ta muốn ở mức giá thị trường hiện tại, anh ta có rất ít lý do để bán rẻ hơn, và nếu như bán với giá cao hơn, người ta sẽ đi mua chỗ khác. Người mua và người bán trong thị trường cạnh tranh phải chấp nhận giá mà thị trường đã xác định, do đó, được gọi là những *người chấp nhận giá*.

Bên cạnh hai điều kiện trên đây về cạnh tranh còn có một điều kiện thứ ba mà thỉnh thoảng người ta hay nghĩ tới khi nói về thị trường cạnh tranh hoàn hảo:

- Doanh nghiệp có thể tự do gia nhập hay rời khỏi thị trường.

Có thể hiểu nôm na là bất cứ một ai cũng có thể quyết định xây dựng một nông trại nuôi bò sữa, và bất cứ người chăn nuôi bò sữa hiện tại nào cũng có thể quyết định nghỉ kinh doanh sữa. Khi đó, ngành sữa sẽ thỏa mãn điều kiện này. Hầu hết các phân tích về doanh nghiệp cạnh tranh không cần giả định về gia nhập hay rời khỏi thị trường, bởi vì điều kiện này là không cần thiết để doanh nghiệp trở thành những người chấp nhận giá. Nhưng chúng ta sẽ thấy ở phần sau của chương này, nếu như có sự tự do gia nhập hay rời khỏi thị trường cạnh tranh, đó là một nguồn lực mạnh mẽ tác động lên việc hình thành sự cân bằng trong dài hạn.

---

1. **Thị trường cạnh tranh**: thị trường với rất nhiều người mua và người bán một loại hàng hóa đồng nhất, trong đó mỗi người mua và bán đều là những người chấp nhận giá.

Doanh thu của một doanh nghiệp cạnh tranh

Một doanh nghiệp trong thị trường cạnh tranh, giống như bất cứ doanh nghiệp nào khác trong nền kinh tế, đều cố gắng tối đa hóa lợi nhuận (tổng doanh thu trừ đi tổng chi phí). Để xem một doanh nghiệp làm điều đó như thế nào, trước tiên chúng ta tìm hiểu về doanh thu của một doanh nghiệp cạnh tranh. Để xem xét vấn đề một cách thực tế hơn, hãy nghiên cứu trường hợp cụ thể: Nông trại Bò sữa của Gia đình Vaca.

Gia đình Vaca sản xuất một lượng sữa Q, và bán mỗi đơn vị sữa ra thị trường với giá P. Tổng doanh thu của nông trại là $P \times Q$. Giả sử một gallon sữa bán với giá 6 đô la và nông trại bán được 1.000 gallon thì tổng doanh thu là 6.000 đô la.

Bởi vì Nông trại nhà Vaca so ra là nhỏ so với thị trường sữa trên thế giới, họ chấp nhận giá do các điều kiện của thị trường mang lại. Điều này có nghĩa là giá sữa không phụ thuộc vào số lượng gallon sữa mà Nông trại nhà Vaca làm ra và bán. Nếu như nhà Vaca tăng gấp đôi sản lượng sữa họ sản xuất lên 2.000 đô la gallon, giá sữa vẫn giữ nguyên, và tổng doanh thu của họ tăng lên 12.000 đô la. Hệ quả là tổng doanh thu tăng theo tỷ lệ với sản lượng đầu ra.

Bảng 1 cho thấy doanh thu của nông trại nhà Vaca. Hai cột đầu tiên là số lượng đầu ra mà nông trại sản xuất và mức giá họ bán được. Cột thứ ba là tổng doanh thu của nông trại. Bảng tính này giả định giá sữa là 6 đô la cho mỗi gallon, vì vậy tổng doanh thu được tính bằng cách lấy 6 đô la nhân với số gallon sữa bán ra.

Khái niệm về bình quân và biên tế rất hữu ích khi phân tích về chi phí trong chương trước, và ở chương này cũng vậy khi phân tích về doanh thu. Để xem những khái niệm này cho chúng ta biết điều gì, hãy xem xét hai câu hỏi sau đây:

- Thông thường, doanh thu trên mỗi gallon sữa mà nông trại thu được là bao nhiêu?
- Doanh thu của nông trại sẽ tăng thêm bao nhiêu nếu như họ sản xuất thêm 1 gallon sữa nữa?

Hai cột cuối cùng của Bảng 1 sẽ trả lời những câu hỏi này.

Cột thứ tư trong bảng tính cho ta **doanh thu bình quân**[1] bằng cách đem tổng doanh thu (từ cột thứ ba) chia cho sản lượng đầu ra (từ cột đầu tiên). Doanh thu bình quân cho chúng ta biết doanh thu mà doanh nghiệp nhận được khi bán mỗi đơn vị sản phẩm thông thường. Trong Bảng 1, bạn có thể thấy doanh thu bình quân là 6 đô la, bằng với giá mỗi gallon sữa. Điều này giúp chúng ta rút ra một bài học tổng quát áp dụng không chỉ với doanh nghiệp cạnh tranh mà cả với các doanh nghiệp khác. Doanh thu bình quân bằng tổng doanh thu ($P \times Q$) chia cho sản lượng (Q). Do đó, đối với tất cả các doanh nghiệp, *doanh thu bình quân bằng với giá của hàng hóa.*

1. **Doanh thu bình quân**: tổng doanh thu chia cho tổng sản lượng được bán.

Bảng 1
Tổng doanh thu, doanh thu bình quân, doanh thu biên của doanh nghiệp cạnh tranh

Sản lượng (Q)	Giá (P)	Tổng doanh thu ($TR = P \times Q$)	Doanh thu bình quân ($AR = TR / Q$)	Doanh thu biên ($MR = \Delta TR / \Delta Q$)
1 gallon	$6	$ 6	$6	
				$6
2	6	12	6	
				6
3	6	18	6	
				6
4	6	24	6	
				6
5	6	30	6	
				6
6	6	36	6	
				6
7	6	42	6	
				6
8	6	48	6	

Cột thứ năm cho chúng ta **doanh thu biên**[1], đó là sự thay đổi của tổng doanh thu từ việc bán thêm một đơn vị sản phẩm. Ở Bảng 1, doanh thu biên bằng 6 đô la, giá của một gallon sữa. Điều này giúp cho chúng ta rút ra một bài học chỉ áp dụng cho doanh nghiệp cạnh tranh. Tổng doanh thu bằng P x Q, và P là không đổi đối với một doanh nghiệp cạnh tranh. Do đó, khi Q tăng thêm một đơn vị, tổng doanh thu tăng thêm P đô la. *Đối với doanh nghiệp cạnh tranh, doanh thu biên bằng với giá của hàng hóa.*

KIỂM TRA NHANH: *Khi một doanh nghiệp tăng gấp đôi sản lượng bán ra, điều gì sẽ xảy ra đối với giá bán ra và tổng doanh thu?*

TỐI ĐA HÓA LỢI NHUẬN VÀ ĐƯỜNG CUNG CỦA DOANH NGHIỆP CẠNH TRANH

Mục tiêu của doanh nghiệp là tối đa hóa lợi nhuận, bằng tổng doanh thu trừ đi tổng chi phí. Chúng ta vừa mới thảo luận về doanh thu của doanh nghiệp, và trong chương trước chúng ta đã bàn về chi phí của doanh nghiệp. Giờ đây chúng ta sẵn sàng để kiểm tra xem một doanh nghiệp cạnh tranh tối đa hóa lợi nhuận như thế nào và quyết định đó hình thành nên đường cung của doanh nghiệp ra sao.

Một ví dụ đơn giản về tối đa hóa lợi nhuận

Hãy bắt đầu phân tích quyết định đường cung của doanh nghiệp với ví dụ trong Bảng 2. Ở cột đầu tiên của bảng tính là lượng gallon sữa mà Nông trại nhà Vaca sản xuất được. Cột thứ hai là tổng doanh thu của nông trại, bằng cách nhân 6 đô

1. **Doanh thu biên**: thay đổi trong doanh thu do tăng một đơn vị sản lượng bán ra.

Bảng 2
Tối đa hóa lợi nhuận: Một ví dụ bằng số

Sản lượng (*Q*)	Tổng doanh thu (*TR*)	Tổng chi phí (*TC*)	Lợi nhuận (*TR* – *TC*)	Doanh thu biên (*MR* = Δ*TR*/Δ*Q*)	Chi phí biên (*MC* = Δ*TC*/Δ*Q*)	Thay đổi trong lợi nhuận (*MR* – *MC*)
	$ 0	$ 3	–$3			
				$6	$2	$4
1	6	5	1			
				6	3	3
2	12	8	4			
				6	4	2
3	18	12	6			
				6	5	1
4	24	17	7			
				6	6	0
5	30	23	7			
				6	7	–1
6	36	30	6			
				6	8	–2
7	42	38	4			
				6	9	–3
8	48	47	1			

la với số gallon sữa. Cột thứ ba là tổng chi phí của nông trại. Tổng chi phí bao gồm cả chi phí cố định, là 3 đô la trong ví dụ này, và chi phí biến đổi, phụ thuộc vào khối lượng sữa làm ra.

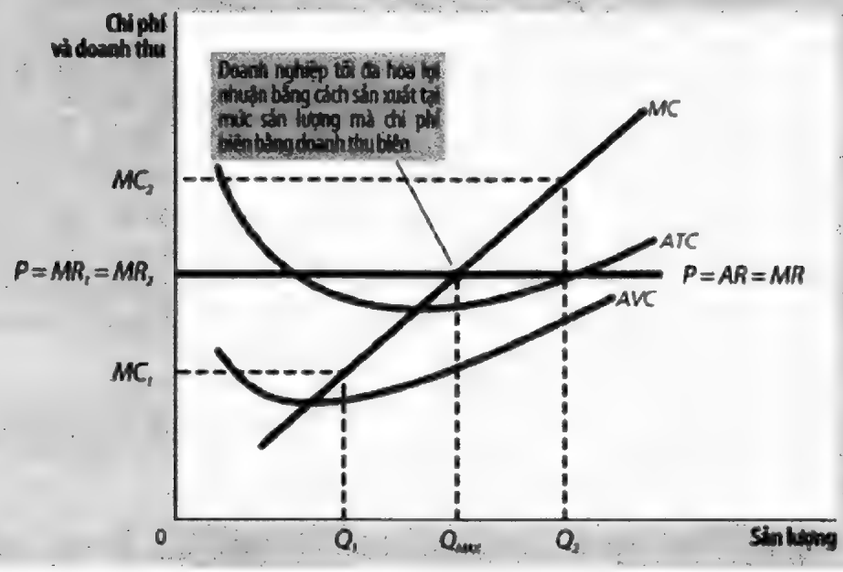
Cột thứ tư là lợi nhuận của nông trại, nó được tính bằng cách lấy tổng doanh thu trừ đi tổng chi phí. Nếu như nông trại không sản xuất gì cả, họ mất đi một khoản chi phí là 3 đô la (chi phí cố định). Nếu như họ sản xuất 1 gallon sữa, họ có lợi nhuận là 1 đô la. Nếu họ sản xuất 2 gallon sữa, lợi nhuận là 4 đô la, và cứ thế tiếp tục. Bởi vì mục tiêu của nhà Vaca là tối đa hóa lợi nhuận, họ sẽ chọn lựa mức sản lượng sữa nhằm mang lại lợi nhuận càng cao càng tốt. Trong ví dụ này, lợi nhuận tối đa nông trại có được là 7 đô la khi sản xuất hoặc 4 hoặc 5 gallon sữa.

Có một cách khác để nhìn ra quyết định của Nông trại nhà Vaca: nhà Vaca có thể tìm ra mức sản lượng đem lại lợi nhuận tối đa bằng cách so sánh doanh thu biên và chi phí biên đối với mỗi đơn vị hàng hóa được sản xuất. Cột thứ năm và thứ sáu trong Bảng 2 cho ta số liệu về doanh thu biên và chi phí biên được tính từ sự thay đổi trong tổng doanh thu và tổng chi phí. Cột cuối cùng cho chúng ta thấy sự thay đổi trong lợi nhuận đối với mỗi gallon sữa sản xuất thêm. Gallon sữa đầu tiên mà nông trại sản xuất ra có doanh thu biên là 6 đô la và chi phí biên là 2 đô la; do đó, gallon sữa đó làm tăng lợi nhuận thêm 4 đô la (từ –3 đô la lên 1 đô la). Gallon sữa thứ hai, có doanh thu biên là 6 đô la và chi phí biên là 3 đô la, do đó, gallon sữa này làm tăng lợi nhuận thêm 3 đô la (từ 1 đô la lên 4 đô la). Miễn là doanh thu biên còn lớn hơn chi phí biên, gia tăng sản lượng sẽ làm tăng lợi nhuận. Nhưng khi nông trại nhà Vaca đạt đến mức 5 gallon sữa, thì tình hình có sự thay đổi. Gallon sữa thứ sáu có doanh thu biên là 6 đô la nhưng chi phí biên là 7 đô la, do đó sản xuất gallon sữa này sẽ giảm lợi nhuận đi 1 đô la (từ 7 đô la xuống 6 đô la). Kết quả là nhà Vaca sẽ không sản xuất quá 5 gallon sữa.

Một trong *Mười Nguyên lý của Kinh tế học* ở Chương 1 là những con người duy lý suy nghĩ tại mức cận biên. Giờ đây chúng ta có thể thấy nông trại nhà Vaca

Hình 1
Tối đa hóa lợi nhuận trong một doanh nghiệp cạnh tranh

Hình bên dưới cho ta thấy đường chi phí biên (MC), đường tổng chi phí bình quân (ATC), và đường chi phí biến đổi bình quân (AVC). Nó cũng thể hiện mức giá thị trường (P), bằng với doanh thu biên (MR) và doanh thu bình quân (AR). Tại mức sản lượng Q_1, doanh thu biên MR_1 lớn hơn chi phí biên MC_1 nên tăng sản lượng sẽ tăng lợi nhuận. Tại mức sản lượng Q_2, chi phí biên MC_2 lớn hơn doanh thu biên MR_2 nên giảm sản lượng sẽ tăng lợi nhuận. Mức sản lượng tối đa hóa lợi nhuận Q_{MAX} chính là điểm giao nhau giữa đường giá nằm ngang và đường chi phí biên.

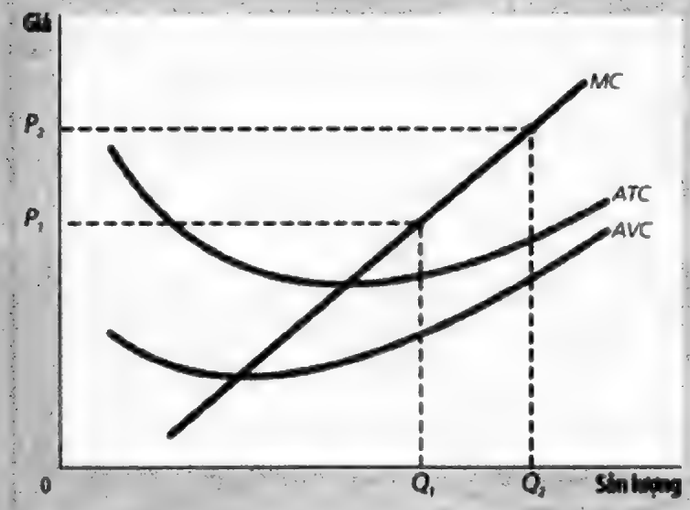


vận dụng nguyên lý này như thế nào? Nếu như doanh thu biên lớn hơn chi phí biên (như ở mức 1, 2, 3 gallon sữa), nhà Vaca nên gia tăng sản xuất thêm sữa bởi vì nó giúp họ thu được nhiều tiền (doanh thu biên) hơn là số tiền phải chi ra (chi phí biên). Nếu như doanh thu biên nhỏ hơn chi phí biên, ví dụ như ở mức 6, 7, 8 gallon, nhà Vaca nên giảm mức sản lượng. Nếu như nhà Vaca suy nghĩ ở mức cận biên và điều chỉnh một chút mức sản lượng, một cách tự nhiên họ sẽ tìm ra mức sản lượng để tối đa hóa lợi nhuận.

Đường chi phí biên và quyết định về đường cung của doanh nghiệp

Để mở rộng phân tích về tối đa hóa lợi nhuận, hãy xem xét đường chi phí ở Hình 1. Như chúng ta đã thảo luận ở chương trước, những đường chi phí này có ba đặc điểm mà hầu hết tất cả các doanh nghiệp đều có: đường chi phí biên (*MC*) dốc lên; đường tổng chi phí bình quân (*ATC*) có dạng hình chữ U; và đường chi phí biên cắt đường tổng chi phí bình quân tại mức chi phí bình quân thấp nhất. Biểu đồ cũng có một đường nằm ngang ngay tại mức giá thị trường (*P*). Đường mô tả giá sản phẩm này nằm ngang bởi vì doanh nghiệp là người chấp nhận giá. Giá sản phẩm đầu ra của doanh nghiệp là như nhau bất kể ở mức sản lượng nào mà doanh nghiệp quyết định sẽ sản xuất. Hãy nhớ rằng, đối với một doanh nghiệp cạnh tranh, giá của doanh nghiệp bằng với doanh thu bình quân (*AR*) và doanh thu biên (*MR*).

Chúng ta có thể sử dụng Hình 1 để tìm ra mức sản lượng nhằm tối đa hóa lợi nhuận. Hãy tưởng tượng rằng, một doanh nghiệp đang sản xuất ở mức Q_1. Ở mức sản lượng đầu ra này, doanh thu biên lớn hơn chi phí biên. Điều đó có nghĩa là, nếu như doanh nghiệp tăng mức sản xuất và sản lượng bán ra tăng thêm 1 đơn vị, doanh thu tăng thêm (MR_1) sẽ vượt chi phí tăng thêm (MC_1). Lợi nhuận, bằng tổng doanh thu trừ đi tổng chi phí, cũng sẽ tăng thêm. Do đó, nếu như doanh thu



Hình 2

Đường chi phí biên là đường cung của doanh nghiệp cạnh tranh

Khi giá tăng từ P_1 lên P_2 dẫn theo sự gia tăng sản lượng để tối đa hóa lợi nhuận từ Q_1 lên Q_2. Bởi vì đường chi phí biên thể hiện lượng cung của doanh nghiệp tại các mức giá, đó chính là đường cung của doanh nghiệp.

biên lớn hơn chi phí biên, như tại mức sản lượng Q_1, doanh nghiệp có thể có thêm lợi nhuận bằng cách gia tăng sản xuất.

Lập luận tương tự được áp dụng tại mức sản lượng Q_2. Trong trường hợp này, chi phí biên lớn hơn doanh thu biên. Nếu như doanh nghiệp giảm mức sản lượng đi một đơn vị, chi phí tiết kiệm được (MC_2) sẽ nhiều hơn số doanh thu bị mất đi (MR_2). Do đó, nếu như doanh thu biên nhỏ hơn chi phí biên, như tại mức sản lượng Q_2, doanh nghiệp có thể có thêm lợi nhuận bằng cách sản xuất ít lại.

Những sự điều chỉnh sản xuất này sẽ có điểm kết thúc ở đâu? Bất kể là doanh nghiệp xuất phát ở quy mô sản xuất thấp (như là Q_1) hay cao (như là Q_2), cuối cùng thì doanh nghiệp sẽ điều chỉnh quy mô sản xuất cho đến khi nào sản lượng đạt mức Q_{MAX}. Quá trình phân tích này đem lại ba nguyên tắc tổng quát trong việc tối đa hóa lợi nhuận:

- Nếu như doanh thu biên lớn hơn chi phí biên, doanh nghiệp sẽ tăng mức sản lượng đầu ra.
- Nếu như chi phí biên lớn hơn doanh thu biên, doanh nghiệp sẽ giảm mức sản lượng đầu ra.
- Tại mức sản lượng mà lợi nhuận đạt được là tối đa, doanh thu biên và chi phí biên bằng nhau.

Những nguyên tắc này là chìa khóa trong việc ra quyết định hợp lý đối với doanh nghiệp theo đuổi mục đích tối đa hóa lợi nhuận. Trong những chương tiếp theo chúng ta sẽ thấy, điều này không chỉ đúng với doanh nghiệp cạnh tranh mà còn đúng với các loại hình doanh nghiệp khác nữa.

Giờ đây, chúng ta có thể hiểu được doanh nghiệp quyết định mức sản lượng hàng hóa của mình để cung cấp trên thị trường như thế nào. Bởi vì doanh nghiệp cạnh tranh là người chấp nhận giá, doanh thu biên bằng với giá thị trường. Tại bất kỳ mức giá nào, doanh nghiệp cạnh tranh sẽ tìm ra mức sản lượng đầu ra để tối đa hóa lợi nhuận bằng cách tìm điểm giao nhau giữa đường giá cả và đường chi phí biên. Ở Hình 1, mức sản lượng tối ưu đó là Q_{MAX}.

Giả sử giá thị trường bỗng nhiên tăng lên, có thể vì một sự gia tăng trong cầu thị trường. Hình 2 chỉ ra một doanh nghiệp cạnh tranh phản ứng như thế nào đối với việc tăng giá. Khi mức giá đang là P_1, doanh nghiệp sản xuất ở mức sản lượng Q_1 mà ở đó, chi phí biên bằng với mức giá. Khi giá tăng lên mức P_2, doanh nghiệp nhận thấy doanh thu biên bây giờ cao hơn chi phí biên nếu sản xuất ở mức sản lượng cũ, vì vậy, họ sẽ gia tăng sản xuất. Mức sản lượng nhằm tối đa hóa lợi nhuận bây giờ sẽ là Q_2 mà tại đó chi phí biên bằng mới mức giá mới cao hơn. *Về bản chất, bởi vì đường chi phí biên xác định mức sản lượng của hàng hóa mà doanh nghiệp sẵn sàng cung ứng ra thị trường ở các mức giá khác nhau, đường chi phí biên cũng là đường cung của doanh nghiệp cạnh tranh.* Tuy nhiên, cũng có vài điểm không ủng hộ hoàn toàn kết luận đó khi chúng ta nghiên cứu trong phần tiếp theo.

Quyết định đóng cửa của doanh nghiệp trong ngắn hạn

Cho đến thời điểm này, chúng ta đã phân tích được câu hỏi mức sản lượng tối ưu mà doanh nghiệp cạnh tranh sẽ sản xuất là bao nhiêu, Tuy nhiên, trong hoàn cảnh cụ thể nào đó, doanh nghiệp cũng có thể sẽ quyết định đóng cửa và không sản xuất gì cả.

Ở đây, chúng ta cần phân biệt giữa trường hợp đóng cửa tạm thời và trường hợp rời bỏ vĩnh viễn. Việc *đóng cửa* liên quan đến quyết định trong ngắn hạn: không sản xuất gì cả trong một khoảng thời gian cụ thể bởi những điều kiện hiện tại của thị trường. *Rời bỏ* liên quan đến quyết định trong dài hạn về việc rời khỏi thị trường. Các quyết định ngắn hạn và dài hạn khác nhau bởi vì tất cả các doanh nghiệp không thể tránh được chi phí cố định trong ngắn hạn nhưng có thể làm được trong dài hạn. Đó là, doanh nghiệp tạm thời đóng cửa trong ngắn hạn vẫn phải trả chi phí cố định, trong khi một doanh nghiệp đã rời khỏi thị trường thì không phải trả một khoản chi phí nào cả, cả chi phí cố định lẫn chi phí biến đổi.

Hãy xem một ví dụ về quyết định sản xuất mà một nông dân phải đối mặt. Chi phí về đất đai là chi phí cố định của người nông dân. Nếu như người nông dân quyết định không trồng bất cứ cây gì trong một vụ mùa, đất đai khi đó bỏ hoang, và anh ta không thể nào thu hồi lại phần chi phí này. Khi ra quyết định trong ngắn hạn có nên đóng cửa một vụ mùa hay không, chi phí cố định của đất đai được gọi là *chi phí chìm*. Ngược lại, nếu như người nông dân quyết định hoàn toàn rời bỏ nông trại, anh ta có thể bán miếng đất đó đi. Khi ra quyết định trong dài hạn rằng có nên rời khỏi thị trường hay không, chi phí đất đai không còn là chi phí chìm nữa. (Chúng ta sẽ sớm trở lại với vấn đề về chi phí chìm ngay sau đây.)

Bây giờ hãy xem điều gì dẫn đến quyết định đóng cửa của một doanh nghiệp. Nếu một doanh nghiệp đóng cửa, họ sẽ mất đi tất cả các doanh thu từ việc bán sản phẩm của mình. Cùng lúc đó, nó giúp tiết kiệm được khoản chi phí sản xuất (nhưng vẫn phải trả khoản chi phí cố định). Do đó, *doanh nghiệp sẽ đóng cửa nếu doanh thu mà họ có được nhỏ hơn chi phí biến đổi trong quá trình sản xuất.*

Một chút mô tả dưới dạng toán học có thể giúp cho điều kiện đóng cửa này trở nên rõ ràng hơn. Nếu gọi *TR* là tổng doanh thu và *VC* là chi phí biến đổi thì quyết định của doanh nghiệp có thể viết lại là

Đóng cửa nếu như $TR < VC$.

Doanh nghiệp sẽ đóng cửa nếu như tổng doanh thu nhỏ hơn chi phí biến đổi. Chia cả hai vế của bất đẳng thức này cho mức sản lượng Q, chúng ta có:

Đóng cửa nếu như $TR/Q < VC/Q$.

Vế trái của bất đẳng thức, TR/Q bằng tổng doanh thu P x Q chia cho sản lượng Q, cũng chính là mức doanh thu bình quân, mà diễn đạt một cách đơn giản nhất thì đó chính là giá hàng hóa P. Vế phải của bất đẳng thức, VC/Q là chi phí biến đổi bình quân, AVC. Do đó, điều kiện để doanh nghiệp đóng cửa có thể diễn đạt lại là:

Đóng cửa nếu như $P < AVC$.

Như vậy, một doanh nghiệp quyết định đóng cửa nếu như giá bán sản phẩm nhỏ hơn chi phí biến đổi bình quân. Hãy nhìn tiêu chí này một cách trực quan: khi quyết định tổ chức sản xuất, doanh nghiệp so sánh giá bán mà họ nhận được trên mỗi đơn vị sản phẩm với chi phí biến đổi bình quân phát sinh khi làm ra một đơn vị sản phẩm thông thường. Nếu như giá bán không thể lớn hơn chi phí biến đổi bình quân, doanh nghiệp nên ngừng sản xuất hoàn toàn. Doanh nghiệp vẫn bị lỗ (bởi vì phải trả chi phí cố định), nhưng dù sao cũng đỡ hơn là tiếp tục sản xuất mà lỗ nặng hơn. Doanh nghiệp có thể hoạt động lại trong tương lai nếu như điều kiện thay đổi sao cho giá bán vượt chi phí biến đổi bình quân.

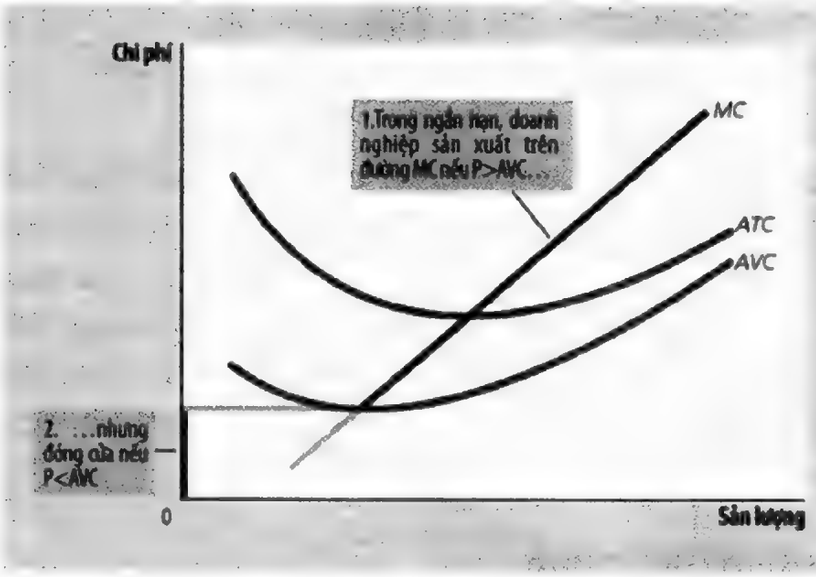
Giờ đây chúng ta đã có mô tả đầy đủ chiến lược tối đa hóa lợi nhuận của một doanh nghiệp cạnh tranh. Nếu doanh nghiệp tham gia sản xuất, họ phải sản xuất ở mức sản lượng mà chi phí biên bằng với giá bán của sản phẩm. Nhưng nếu giá bán nhỏ hơn chi phí biến đổi bình quân ở mức sản lượng đó, doanh nghiệp tốt nhất nên đóng cửa và đừng sản xuất gì cả. Những kết quả này được minh họa trong Hình 3. *Đường cung ngắn hạn của doanh nghiệp cạnh tranh là một phần của đường chi phí biên, phần nằm trên đường chi phí biến đổi bình quân.*

Bình sữa bị đổ và các chi phí chìm khác

Thỉnh thoảng trong đời chúng ta được khuyên là "Không nên khóc vì đã làm đổ sữa" hay "Chuyện gì đã qua rồi thì cứ cho qua đi". Những câu ngạn ngữ này nói lên một chân lý sâu xa về quá trình ra quyết định duy lý. Các nhà kinh tế học gọi các khoản chi phí một khi đã được chi ra mà không thể thu hồi lại là **chi phí chìm**[1]. Bởi vì không thể thay đổi gì được với khoản chi phí chìm, bạn có thể phớt lờ nó khi ra các quyết định liên quan đến nhiều góc độ khác nhau của cuộc sống, bao gồm cả chiến lược kinh doanh.

Những phân tích của chúng ta về quyết định đóng cửa của doanh nghiệp là một ví dụ cho thấy chi phí chìm không đáng để quan tâm. Chúng ta giả định doanh nghiệp không thể thu hồi lại phần chi phí cố định khi ngừng sản xuất tạm thời. Điều đó có nghĩa là, bất kể sản lượng đầu ra là bao nhiêu (thậm chí là zero),

1. **Chi phí chìm**: những khoản chi phí đã bỏ ra và không thể thu hồi.



Hình 3
Đường cung của doanh nghiệp cạnh tranh trong ngắn hạn

Trong ngắn hạn, đường cung của doanh nghiệp cạnh tranh là đường chi phí biên (MC), phần nằm phía trên đường chi phí biến đổi bình quân (AVC). Nếu như giá giảm xuống dưới chi phí biến đổi bình quân, doanh nghiệp tốt hơn là nên đóng cửa.

doanh nghiệp vẫn phải trả chi phí cố định. Kết quả là chi phí cố định trở thành chi phí chìm trong ngắn hạn, và doanh nghiệp có thể phớt lờ khoản chi phí này đi khi ra quyết định xem nên sản xuất bao nhiêu thì được. Đường cung ngắn hạn của doanh nghiệp là một phần của đường chi phí biên, phần nằm trên chi phí biến đổi bình quân, và khoản chi phí cố định không hề ảnh hưởng đến quyết định sản lượng cung của doanh nghiệp này.

Việc chi phí chìm không đáng để quan tâm đóng một vai trò quan trọng khi ra các quyết định cá nhân. Hãy tưởng tượng, bạn thấy rằng việc xem một bộ phim mới được phát hành mang lại khoản giá trị tương đương 15 đô la. Bạn mua vé đi xem phim này với giá 10 đô la, nhưng trước khi vô rạp xem phim, bạn làm mất vé. Bạn có nên mua vé khác hay không? Hay là bạn bỏ về vì không muốn bỏ ra đến tận 20 đô la để xem bộ phim này? Câu trả lời là bạn nên mua một cái vé khác. Lợi ích của việc xem phim (15 đô la) vẫn cao hơn chi phí cơ hội (10 đô la cho chiếc vé thứ hai). Khoản tiền 10 đô la bạn đã trả cho chiếc vé bị mất là khoản chi phí chìm. Cũng giống như bình sữa đã đổ ra rồi, khóc than cũng chẳng có ích gì.

NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG *Những nhà hàng ế ẩm và sân golf mini lúc trái mùa*

Bạn đã bao giờ bước vào một nhà hàng để ăn trưa và nhận thấy nó vắng tanh chưa? Ắt hẳn là bạn sẽ tự hỏi, tại sao cửa hàng này vẫn tiếp tục mở cửa? Dường như doanh thu từ vài người khách không thể nào bù đắp được chi phí hoạt động của nhà hàng.

Khi ra quyết định có mở cửa phục vụ bữa trưa hay không, người chủ nhà hàng phải tính đến sự khác nhau giữa chi phí cố định và chi phí biến đổi. Nhà hàng có nhiều khoản chi phí như tiền thuê mặt bằng, dụng cụ nhà bếp, bàn ghế, chén dĩa, đồ bạc, và vân vân, đều là chi phí cố định. Việc đóng cửa nhà hàng vào buổi trưa không làm giảm các khoản chi phí này. Nói cách khác, đây là những khoản chi phí chìm trong ngắn hạn. Khi người chủ nhà hàng cân nhắc xem có nên phục vụ bữa trưa hay không, chỉ có chi phí biến đổi – giá cả của lượng thức ăn chuẩn bị thêm

và tiền lương chi trả cho nhân viên phục vụ bữa trưa là đáng quan tâm. Người chủ nhà hàng sẽ ngưng phục vụ bữa trưa nếu như doanh thu từ vài ba người khách ăn trưa không thể bù đắp nổi chi phí biến đổi của nhà hàng.

Một người điều hành sân golf mini trong khu du lịch mùa hè cũng phải đối mặt với quyết định tương tự. Bởi vì doanh thu thay đổi rất nhiều tùy theo mùa, doanh nghiệp phải quyết định xem khi nào thì nên mở cửa và khi nào thì nên đóng cửa. Một lần nữa, chi phí cố định – bao gồm tiền mua đất và xây dựng sân golf, là không đáng quan tâm trong quá trình ra quyết định này. Sân golf mini chỉ nên được mở cửa phục vụ kinh doanh vào những thời điểm trong năm khi mà doanh thu lớn hơn chi phí biến đổi. ■

Quyết định rời khỏi hay gia nhập thị trường của doanh nghiệp trong dài hạn

Quyết định rời khỏi thị trường của doanh nghiệp cũng tương tự như quyết định đóng cửa vậy. Nếu như doanh nghiệp rời khỏi thị trường, họ sẽ mất đi tất cả doanh thu từ việc bán đi hàng hóa, nhưng đồng thời tiết kiệm được không những khoản chi phí biến đổi mà còn cả chi phí cố định. Do đó, *doanh nghiệp sẽ rời khỏi thị trường nếu như doanh thu họ có được ít hơn tổng chi phí mà họ bỏ ra.*

Chúng ta có thể sử dụng toán học để phân tích tiêu chí này một cách dễ hiểu hơn. Nếu như *TR* là tổng doanh thu và *TC* là tổng chi phí thì tiêu chí để doanh nghiệp rời bỏ thị trường có thể được diễn đạt như sau:

$$\text{Rời khỏi thị trường nếu như } TR < TC$$

Doanh nghiệp sẽ rời khỏi thị trường nếu như tổng doanh thu nhỏ hơn tổng chi phí. Chia hai vế của bất đẳng thức trên cho sản lượng *Q*, chúng ta có:

$$\text{Rời khỏi thị trường nếu như } TR/Q < TC/Q$$

Ghi nhớ rằng, *TR/Q* là doanh thu bình quân, và nó bằng với giá của hàng hóa, trong khi *TC/Q* chính là tổng chi phí bình quân *ATC*. Chúng ta có thể đơn giản hóa tiêu chí rời khỏi thị trường của doanh nghiệp như sau:

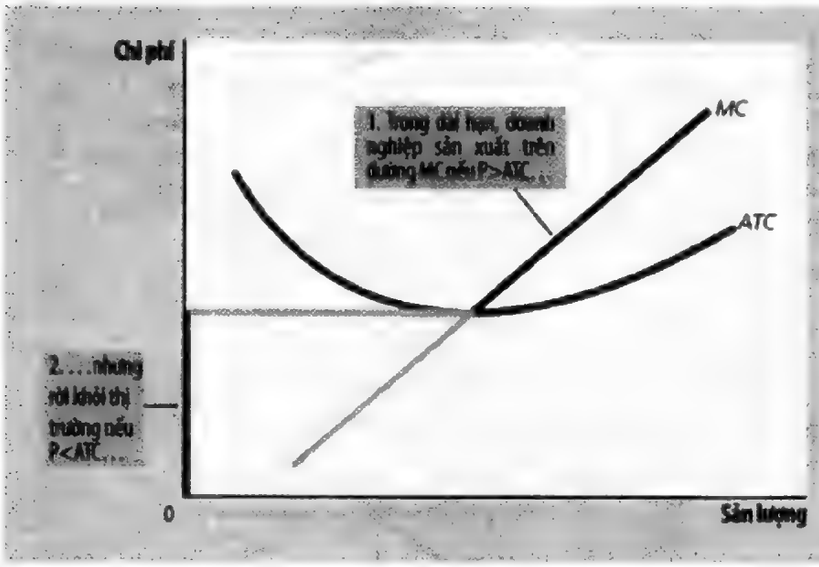
$$\text{Rời khỏi thị trường nếu như } P < ATC$$

Như vậy, doanh nghiệp sẽ rời khỏi thị trường nếu như giá bán hàng hóa họ làm ra nhỏ hơn tổng chi phí bình quân.

Một phân tích tương tự áp dụng cho doanh nhân muốn xây dựng doanh nghiệp mới. Doanh nghiệp sẽ tham gia vào thị trường nếu như hoạt động sẽ mang lại lợi nhuận, và điều này xảy ra khi mà giá bán thành phẩm lớn hơn tổng chi phí bình quân. Tiêu chí để gia nhập thị trường sẽ là:

$$\text{Gia nhập thị trường nếu như } P > ATC$$

Tiêu chí này ngược lại hoàn toàn với tiêu chí rời khỏi thị trường.



Hình 4

Đường cung của doanh nghiệp cạnh tranh trong dài hạn

Trong dài hạn, đường cung của doanh nghiệp cạnh tranh là đường chi phí biên (MC), phần nằm phía trên đường tổng chi phí bình quân (ATC). Nếu như giá giảm xuống dưới tổng chi phí bình quân, doanh nghiệp tốt hơn là rời khỏi thị trường

Giờ đây chúng ta có thể mô tả được chiến lược tối đa hóa lợi nhuận của doanh nghiệp trong dài hạn. Nếu như doanh nghiệp đang hoạt động trên thị trường, họ sẽ sản xuất ở mức sản lượng mà chi phí biên bằng với giá hàng hóa. Nếu như tại mức sản lượng đó mà giá bán nhỏ hơn tổng chi phí bình quân, doanh nghiệp sẽ chọn phương án rời bỏ (hay không gia nhập) thị trường. Kết quả này được minh họa trong Hình 4. *Đường cung của doanh nghiệp cạnh tranh trong dài hạn là một phần của đường chi phí biên, phần nằm trên đường tổng chi phí bình quân.*

Đo lường lợi nhuận trên đồ thị của doanh nghiệp cạnh tranh

Như chúng ta đã tìm hiểu về việc gia nhập hay rời khỏi thị trường, phân tích lợi nhuận của doanh nghiệp một cách chi tiết sẽ rất hữu ích. Nhớ lại là, lợi nhuận bằng tổng doanh thu (*TR*) trừ đi tổng chi phí (*TC*)

$$\text{Lợi nhuận} = TR - TC$$

Chúng ta có thể viết lại định nghĩa trên bằng cách nhân và chia vế phải cho Q như sau:

$$\text{Lợi nhuận} = (TR/Q - TC/Q) \times Q$$

TR/Q là doanh thu bình quân, cũng bằng với mức giá *P*, và *TC/Q* là tổng chi phí bình quân, *ATC*. Do đó,

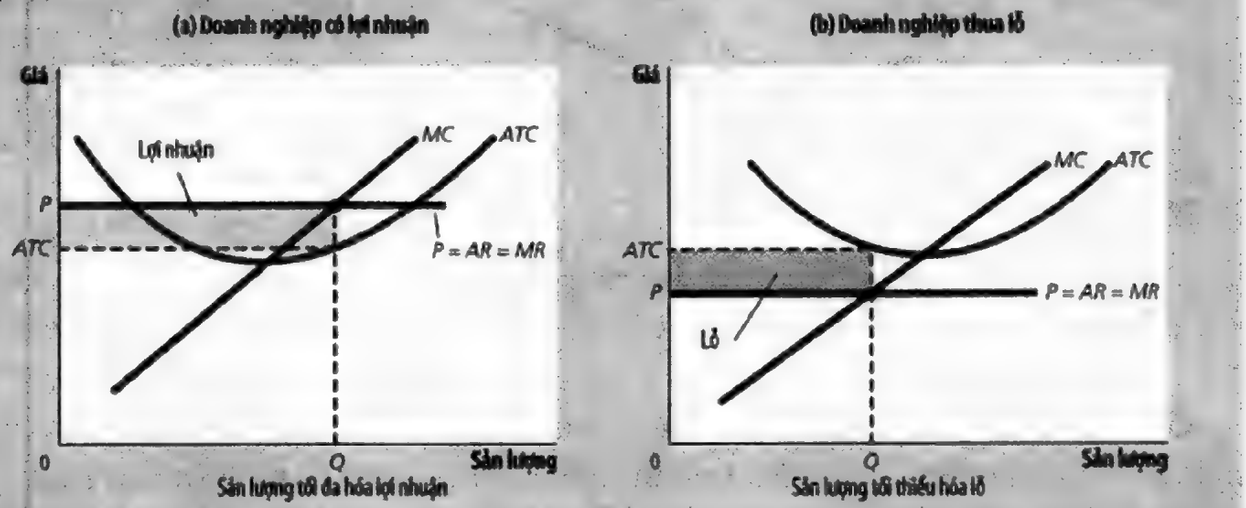
$$\text{Lợi nhuận} = (P - ATC) \times Q$$

Biểu diễn phương trình lợi nhuận của doanh nghiệp theo cách này sẽ giúp ta dễ dàng đo lường được lợi nhuận trên đồ thị.

Đồ thị (a) trong Hình 5 cho ta thấy doanh nghiệp có lợi nhuận dương. Như chúng ta đã thấy, doanh nghiệp tối đa hóa lợi nhuận bằng cách sản xuất ở mức sản lượng mà giá bằng với chi phí biên. Bây giờ hãy nhìn vào phần được tô đậm hình chữ nhật. Chiều cao của hình chữ nhật là *P – ATC*, phần chênh lệch giữa giá và tổng chi phí bình quân. Chiều rộng của hình chữ nhật là mức sản lượng. Do đó, diện tích hình chữ nhật bằng *(P – ATC)* x *Q* chính là lợi nhuận của doanh nghiệp.

Hình 5
Lợi nhuận là phần Diện tích nằm giữa mức Giá và Tổng Chi phí Bình quân

Diện tích của hình nhữ nhật được tô đậm nằm giữa mức giá và tổng chi phí bình quân thể hiện phần lợi nhuận của doanh nghiệp. Chiều cao của hình chữ nhật bằng với mức giá trừ đi tổng chi phí bình quân (P – ATC), và chiều rộng của hình chữ nhật là sản lượng (Q). Ở đồ thị (a), mức giá cao hơn tổng chi phí bình quân nên doanh nghiệp có lợi nhuận dương. Ở đồ thị (b), mức giá thấp hơn tổng chi phí bình quân nên doanh nghiệp bị thua lỗ.



Một cách tương tự, đồ thị (b) của hình này cho ta thấy doanh nghiệp này đang bị lỗ (lợi nhuận âm). Trong trường hợp này, tối đa hóa lợi nhuận hàm ý là tối thiểu hóa khoản lỗ bằng cách sản xuất ở mức sản lượng mà giá bán bằng với chi phí biên. Hãy xem xét hình chữ nhật được tô đậm. Chiều cao của hình chữ nhật là *ATC* – *P* và chiều rộng là sản lượng *Q*. Diện tích hình chữ nhật là (*ATC* – *P*) x *Q*, bằng với khoản lỗ của doanh nghiệp. Bởi vì doanh nghiệp trong trường hợp này không tạo ra đủ doanh thu để bù đắp tổng chi phí bình quân, doanh nghiệp sẽ quyết định rời khỏi thị trường trong dài hạn.

KIỂM TRA NHANH: *Một doanh nghiệp cạnh tranh xác định mức sản lượng tối ưu để tối đa hóa lợi nhuận như thế nào? Hãy giải thích. Khi nào thì doanh nghiệp cạnh tranh với mục tiêu tối đa hóa lợi nhuận sẽ quyết định đóng cửa? Khi nào thì quyết định rời khỏi thị trường?*

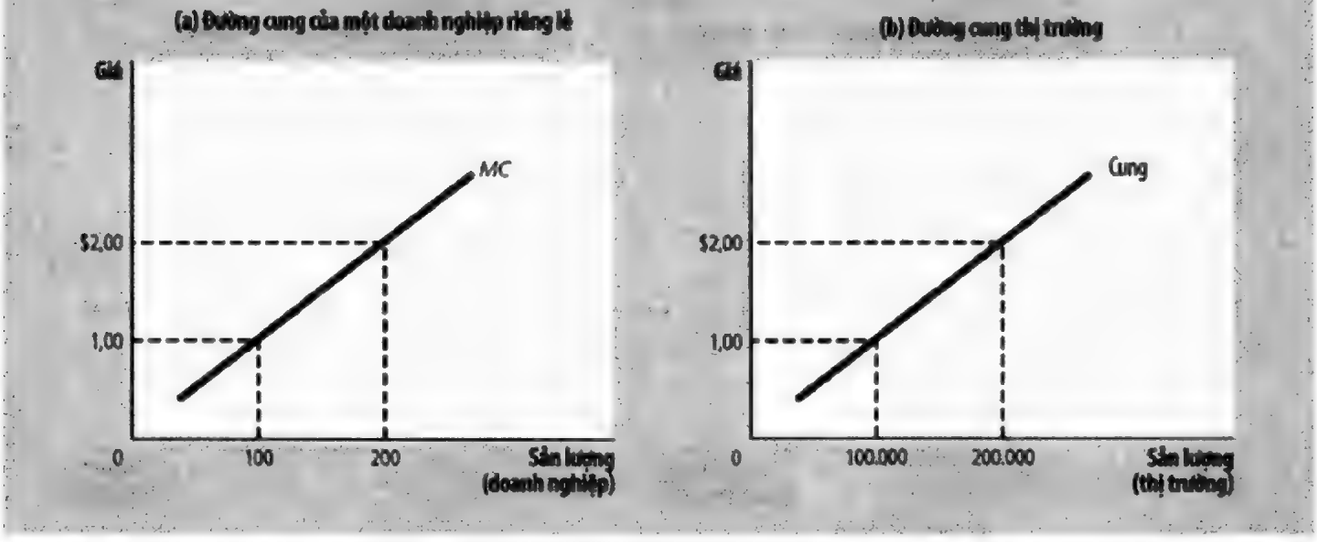
ĐƯỜNG CUNG TRÊN THỊ TRƯỜNG CẠNH TRANH

Chúng ta vừa mới tìm hiểu về đường cung của một doanh nghiệp đơn lẻ, giờ đây chúng ta có thể thảo luận về đường cung của thị trường. Có hai trường hợp cần xem xét. Trước hết, chúng ta tìm hiểu thị trường với số lượng doanh nghiệp là không đổi. Sau đó, chúng ta tìm hiểu thị trường mà trong đó, số lượng doanh nghiệp có thể thay đổi khi có doanh nghiệp cũ rời khỏi thị trường cũng như doanh nghiệp mới tham gia vào.

Cả hai trường hợp đều quan trọng như nhau, mỗi trường hợp áp dụng trên mỗi khoảng thời gian riêng biệt. Trong ngắn hạn, thường rất khó để doanh nghiệp gia nhập hay rời khỏi thị trường ngay, vì vậy giả định số lượng doanh nghiệp không

Trong ngắn hạn, số lượng doanh nghiệp trên thị trường là không đổi. Hệ quả là đường cung của thị trường, như trong đồ thị (b), phản ánh các đường chi phí biên của các doanh nghiệp đơn lẻ ở đồ thị (a). Ở đây, chúng ta có 1.000 doanh nghiệp, sản lượng cung cấp ra thị trường bằng 1.000 nhân với sản lượng do mỗi doanh nghiệp cung ứng.

Hình 6
Đường cung của thị trường trong ngắn hạn



thay đổi là hợp lý. Nhưng trong dài hạn, số lượng doanh nghiệp có thể được điều chỉnh tùy theo sự thay đổi của thị trường.

Trong ngắn hạn: Đường cung thị trường khi số lượng doanh nghiệp không đổi

Giả sử thị trường hiện có 1.000 doanh nghiệp hoàn toàn giống nhau. Ở tại bất kỳ mức giá nào, các doanh nghiệp sẽ cung ứng số lượng sản phẩm đầu ra sao cho chi phí biên bằng với giá bán, như trong đồ thị (a) của Hình 6. Khi đó, miễn là giá bán vẫn còn cao hơn chi phí biến đổi bình quân, đường chi phí biên của doanh nghiệp chính là đường cung của họ. Sản lượng bán ra trên thị trường bằng tổng sản lượng do 1.000 doanh nghiệp này làm ra. Từ đó, để có được đường cung của thị trường, chúng ta cộng tất cả các mức sản lượng cung ứng của tất cả các doanh nghiệp trên thị trường. Như ở trong đồ thị (b) của Hình 6, bởi vì các doanh nghiệp là giống nhau, sản lượng cung ứng ra thị trường bằng 1.000 nhân với mức sản lượng mà mỗi doanh nghiệp cung ứng.

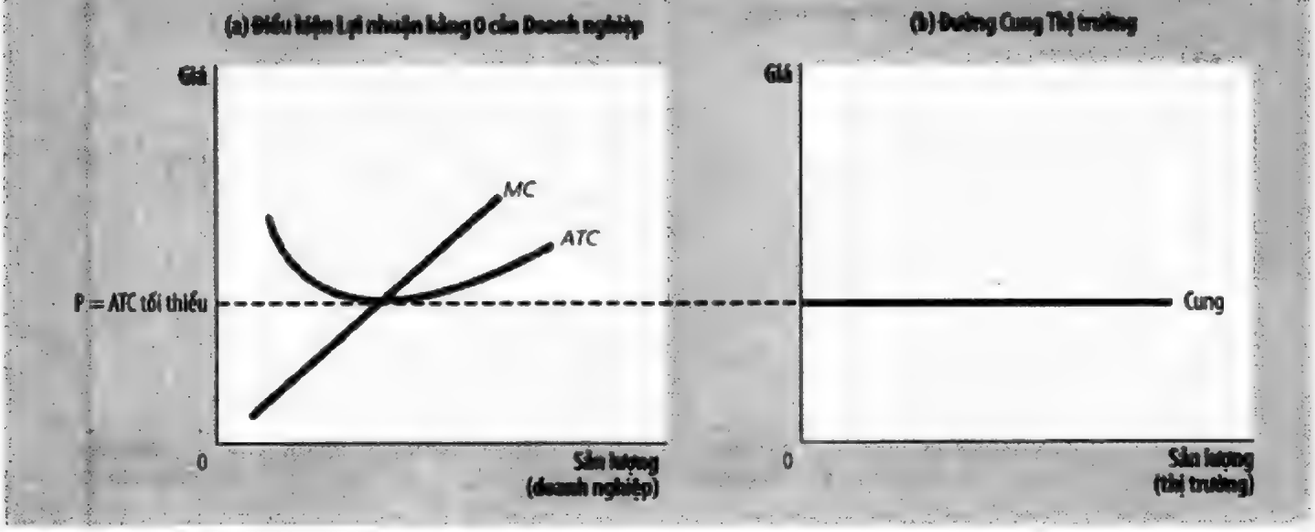
Trong dài hạn: Đường cung thị trường khi có sự gia nhập hay rời khỏi thị trường

Bây giờ chúng ta hãy tìm hiểu xem điều gì sẽ xảy ra khi doanh nghiệp có thể tự do gia nhập hay rời khỏi thị trường. Hãy giả định mọi người đều có thể sử dụng công nghệ như nhau trong quá trình sản xuất hàng hóa và tham gia vào những thị trường giống nhau để thu mua đầu vào sản xuất. Do đó, tất cả các doanh nghiệp hiện tại cũng như doanh nghiệp tiềm năng đều có cùng đường chi phí.

Quyết định về việc gia nhập hay rời khỏi thị trường trong trường hợp này phụ thuộc vào những động cơ mà người chủ doanh nghiệp hiện hữu hay những doanh nhân khởi nghiệp sẽ phải đối mặt. Nếu như thấy các doanh nghiệp hiện có

Hình 7
Đường cung của thị trường trong dài hạn

Trong dài hạn, doanh nghiệp sẽ tự do gia nhập hay rời khỏi thị trường cho đến khi lợi nhuận tiến về 0. Kết quả là giá sẽ bằng với tổng chi phí bình quân tối thiểu, như ở đồ thị (a). Số lượng doanh nghiệp sẽ điều chỉnh để đảm bảo rằng tất cả lượng cầu sẽ được đáp ứng tại mức giá đó. Đường cung của thị trường trong dài hạn là đường nằm ngang tại mức giá này, như ở đồ thị (b).



đang có lợi nhuận, những doanh nghiệp mới sẽ có động lực để tham gia vào thị trường, từ đó làm mở rộng thị trường, tăng mức sản lượng hàng hóa cung ứng, kéo theo giá cả cũng như lợi nhuận giảm. Ngược lại, nếu như các doanh nghiệp hiện tại đang làm ăn thua lỗ, một vài doanh nghiệp sẽ rời khỏi thị trường. Khi họ rút khỏi thị trường, số lượng doanh nghiệp giảm, số lượng hàng hóa cung ứng ra thị trường cũng giảm theo, làm tăng giá bán và lợi nhuận. *Kết thúc quá trình gia nhập hay rời khỏi thị trường này, những doanh nghiệp vẫn còn ở trên thị trường sẽ có mức lợi nhuận kinh tế bằng 0.*

Nhớ lại phương trình lợi nhuận của doanh nghiệp

$$\text{Lợi nhuận} = (P - ATC) \times Q$$

Phương trình này cho thấy một doanh nghiệp đang hoạt động có lợi nhuận bằng 0 nếu và chỉ nếu giá bán hàng hóa bằng với tổng chi phí bình quân sản xuất ra hàng hóa đó. Nếu giá cao hơn tổng chi phí bình quân, lợi nhuận dương sẽ là động lực để doanh nghiệp mới tham gia thị trường. Nếu như giá bán thấp hơn tổng chi phí bình quân, lợi nhuận khi đó sẽ âm và sẽ làm cho một vài doanh nghiệp muốn rời khỏi thị trường. *Quá trình gia nhập hay rời khỏi thị trường chỉ dừng lại khi giá bán và tổng chi phí bình quân bằng nhau.*

Phân tích này đem lại một kết quả khá là ngạc nhiên. Ở phần trước của chương này, chúng ta thấy rằng doanh nghiệp cạnh tranh sẽ tối đa hóa lợi nhuận bằng cách chọn mức sản lượng mà ở đó giá bằng với chi phí biên. Chúng ta vừa mới biết thêm rằng, sự tự do gia nhập hay rời khỏi thị trường thúc đẩy giá điều chỉnh sao cho bằng tổng chi phí bình quân. Nhưng nếu giá bằng với cả chi phí biên lẫn tổng chi phí bình quân, hai đại lượng đo lường chi phí này phải bằng nhau. Tuy nhiên, chi phí biên và tổng chi phí bình quân chỉ bằng nhau khi doanh nghiệp hoạt động tại mức sản lượng mà ở đó tổng chi phí bình quân là thấp nhất. Hãy nhớ lại một chút bài học trong chương trước, mức sản xuất với tổng chi phí bình

quân thấp nhất được gọi là quy mô hiệu quả của một doanh nghiệp. Do đó, *ở trạng thái cân bằng trong dài hạn của một thị trường cạnh tranh được tự do gia nhập hay rời khỏi thị trường, các doanh nghiệp phải hoạt động ở mức quy mô hiệu quả của mình.*

Đồ thị (a) trong Hình 7 mô tả doanh nghiệp trong cân bằng dài hạn. Trong đồ thị này, giá *P* bằng với chi phí biên *MC*, vì vậy doanh nghiệp tối đa hóa lợi nhuận. Khi đó, giá bán cũng bằng với tổng chi phí bình quân *ATC* nên lợi nhuận bằng 0. Doanh nghiệp mới thì không có động lực gì để tham gia vào trong khi doanh nghiệp cũ cũng chẳng có động cơ gì để rời khỏi thị trường.

Từ phân tích về hành vi của doanh nghiệp, chúng ta có thể xác định được đường cung dài hạn của thị trường. Ở những thị trường mà doanh nghiệp có thể tự do gia nhập hay rời bỏ, chỉ có duy nhất một mức giá tương ứng với lợi nhuận bằng 0 – đó là tổng chi phí bình quân tối thiểu. Hệ quả là đường cung dài hạn của thị trường sẽ nằm ngang tại mức giá này, được biểu thị bằng đường cung co giãn hoàn toàn như trong đồ thị (b) Hình 7. Bất cứ mức giá nào cao hơn mức này sẽ đem lại lợi nhuận, kéo theo sự gia nhập thị trường và tăng tổng mức sản lượng cung ứng. Tại bất cứ mức giá nào thấp hơn mức này sẽ tạo ra khoản lỗ, kéo theo sự rời bỏ thị trường và giảm tổng mức sản lượng cung ứng. Cuối cùng thì số lượng doanh nghiệp trên thị trường sẽ điều chỉnh làm sao cho giá bằng với tổng chi phí bình quân tối thiểu, và có đủ số doanh nghiệp cần thiết để đáp ứng toàn bộ lượng cầu ở mức giá này.

Tại sao doanh nghiệp vẫn tiếp tục kinh doanh khi mà lợi nhuận bằng không?

Thoạt đầu, việc doanh nghiệp cạnh tranh trong dài hạn có lợi nhuận bằng 0 nghe thấy kỳ lạ. Bất cứ ai làm kinh doanh cũng đều muốn có lợi nhuận. Nếu như tham gia vào thị trường để rồi cuối cùng lợi nhuận cũng quay về 0 thì hầu như chẳng có lý do gì để họ ở lại làm kinh doanh.

Để hiểu điều kiện lợi nhuận bằng 0 đầy đủ hơn, hãy nhớ lại rằng, lợi nhuận bằng tổng doanh thu trừ đi tổng chi phí, mà tổng chi phí ở đây chính là chi phí cơ hội của doanh nghiệp. Cụ thể, tổng chi phí bao gồm thời gian và tiền bạc mà người chủ doanh nghiệp dành cho việc kinh doanh. Tại mức cân bằng mà lợi nhuận bằng 0, doanh thu của doanh nghiệp phải bù đắp tất cả các chi phí cơ hội của người chủ sở hữu doanh nghiệp.

Hãy xem một ví dụ. Giả sử rằng, để xây dựng một nông trại, người nông dân phải đầu tư 1 triệu đô la, số tiền này anh ta cũng có thể đem gửi ngân hàng để hưởng tiền lãi 50.000 đô la một năm. Hơn nữa, anh ta cũng phải hy sinh công việc khác có thể đem lại cho anh ta 30.000 đô la mỗi năm. Khi đó, chi phí cơ hội của việc làm nông trại bao gồm tiền lãi ngân hàng và tiền lương đã bỏ qua, tổng cộng là 80.000 đô la. Thậm chí nếu như lợi nhuận của anh ta tiến về 0, doanh thu từ nông trại có thể bù đắp những khoản chi phí cơ hội này.

Ghi nhớ rằng nhà kinh tế và viên kế toán đo lường chi phí không giống nhau. Như chúng ta đã thảo luận ở chương trước, kế toán ghi chép những khoản chi

phí theo sổ sách mà bỏ qua chi phí ẩn. Nghĩa là họ chỉ hạch toán chi phí khi có dòng tiền đi ra khỏi doanh nghiệp mà không tính tới chi phí cơ hội của sản xuất do không có dòng tiền đi ra. Kết quả là tại trạng thái cân bằng khi lợi nhuận bằng 0, lợi nhuận kinh tế bằng 0 nhưng lợi nhuận kế toán dương. Chẳng hạn, kế toán viên của nông trại sẽ kết luận rằng anh nông dân đã thu được khoản lợi nhuận kế toán là 80.000 đô la, đủ để người nông dân đó tiếp tục kinh doanh.

Sự dịch chuyển của đường cầu trong ngắn hạn và dài hạn

Giờ đây chúng ta đã hiểu một cách đầy đủ hơn doanh nghiệp ra các quyết định liên quan đến việc cung ứng sản phẩm như thế nào, chúng ta có thể giải thích tốt hơn thị trường phản ứng ra sao đối với sự thay đổi ở phía cầu. Bởi vì doanh nghiệp có thể gia nhập hay rời khỏi thị trường trong dài hạn nhưng không thể trong ngắn hạn, phản ứng của thị trường đối với sự thay đổi của cầu phụ thuộc vào độ dài của khoảng thời gian nghiên cứu. Để thấy rõ hơn vấn đề này, hãy theo dõi tác động của việc dịch chuyển của cầu theo thời gian.

Giả sử các doanh nghiệp kinh doanh sữa bắt đầu từ trạng thái cân bằng trong dài hạn. Các doanh nghiệp này có lợi nhuận bằng không, do đó, giá bán bằng với tổng chi phí bình quân tối thiểu. Đồ thị (a) của Hình 8 mô tả tình huống này. Điểm cân bằng dài hạn là A, sản lượng bán được trên thị trường là Q_1 với mức giá P_1.

Giả sử các nhà khoa học đột nhiên phát hiện ra sữa có những lợi ích thần diệu đối với sức khỏe. Kết quả là, đường cầu sữa dịch chuyển ra ngoài từ D_1 sang D_2 như trong Hình 8(b). Điểm cân bằng trong ngắn hạn chuyển từ điểm A sang điểm B, tương ứng với mức sản lượng tăng từ Q_1 lên Q_2 và giá tăng từ P_1 lên P_2. Khi thấy giá tăng lên, tất cả các doanh nghiệp đang tồn tại trên thị trường phản ứng bằng cách tăng thêm sản lượng. Bởi vì đường cung của mỗi doanh nghiệp phản ánh đường chi phí biên của họ nên việc mỗi doanh nghiệp tăng sản lượng bao nhiêu được quyết định bởi đường chi phí biên. Ở trạng thái cân bằng mới trong ngắn hạn, giá của sữa lớn hơn tổng chi phí bình quân, vì vậy các doanh nghiệp kiếm được lợi nhuận dương.

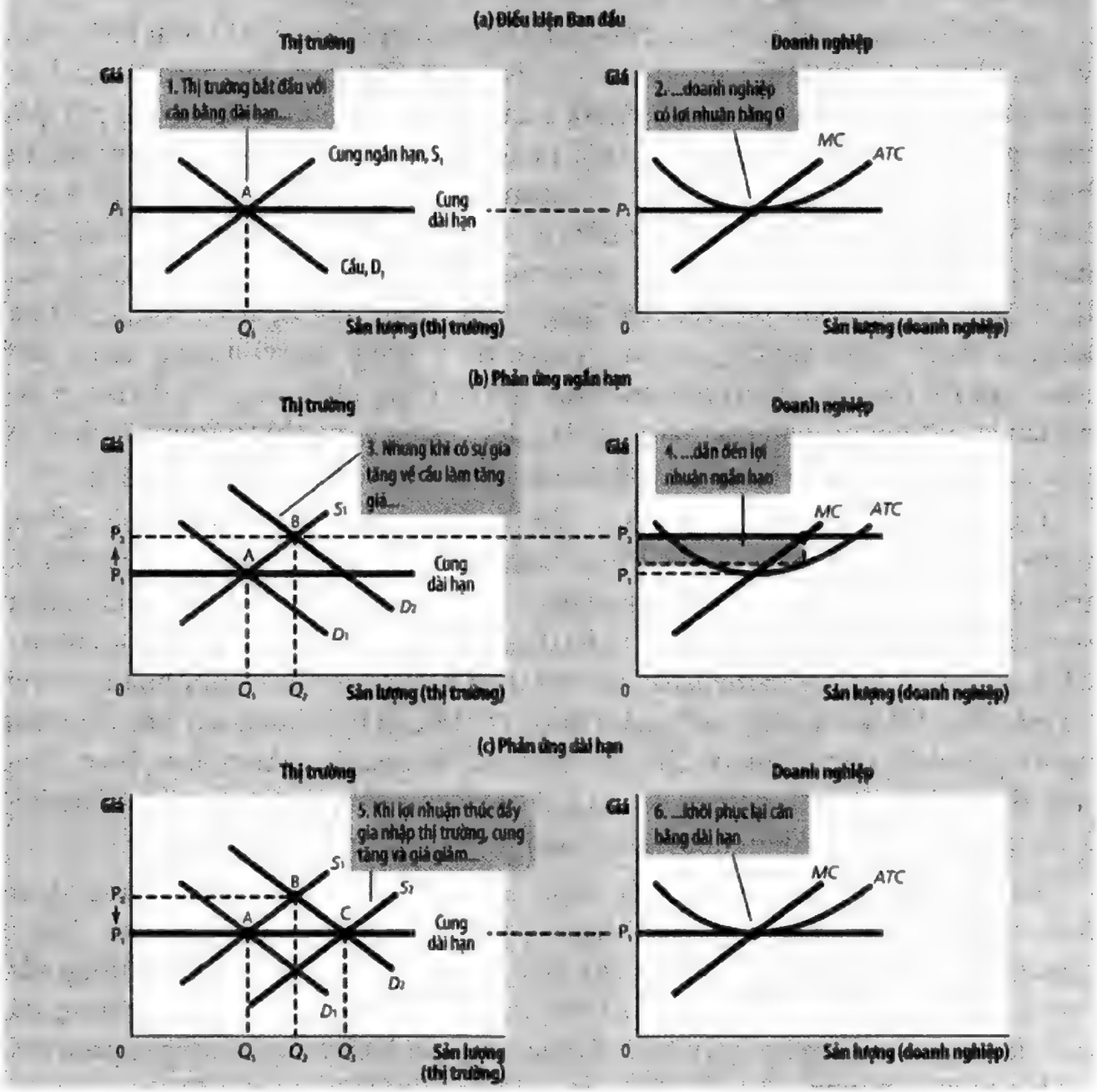
Qua thời gian, lợi nhuận có được trên thị trường sẽ lôi kéo doanh nghiệp mới tham gia thị trường. Ví dụ như một vài nông dân chuyển đổi từ sản xuất các nông sản khác qua sản xuất sữa. Khi số lượng doanh nghiệp tăng lên, đường cung ngắn hạn sẽ dịch chuyển sang phải từ S_1 sang S_2 như trong đồ thị (c), và sự dịch chuyển này kéo theo giá sữa bị giảm đi. Cuối cùng thì giá sữa sẽ bị kéo xuống bằng với tổng chi phí bình quân tối thiểu, lợi nhuận bằng 0, và không có doanh nghiệp mới tham gia vào thị trường nữa. Khi đó, thị trường đạt đến điểm cân bằng dài hạn mới, điểm C. Giá sữa quay trở lại P_1 nhưng sản lượng đã tăng lên Q_3. Mỗi doanh nghiệp sẽ lại vẫn sản xuất ở quy mô hiệu quả của mình nhưng có nhiều doanh nghiệp tham gia kinh doanh sữa hơn, khối lượng sữa được sản xuất và bán ra nhiều hơn.

Tại sao đường cung trong dài hạn có thể dốc lên

Cho đến thời điểm này, chúng ta đã thấy rằng việc gia nhập hay rời bỏ thị trường có thể khiến cho đường cung trong dài hạn trở nên co giãn hoàn toàn.

Hình 8
Khi lượng cầu tăng trong ngắn hạn và dài hạn

Thị trường bắt đầu từ trạng thái cân bằng như tại điểm A của đồ thị (a). Ở trạng thái cân bằng này, mỗi doanh nghiệp có lợi nhuận bằng 0, và giá bán bằng với tổng chi phí bình quân tối thiểu. Đồ thị (b) cho ta thấy điều gì xảy ra trong ngắn hạn khi cầu tăng từ D_1 lên D_2. Điểm cân bằng đi từ điểm A sang điểm B, giá tăng từ P_1 lên P_2 và sản lượng bán ra thị trường tăng từ Q_1 lên Q_2. Giờ đây giá đã cao hơn tổng chi phí bình quân nên doanh nghiệp có lợi nhuận, qua thời gian sẽ khuyến khích doanh nghiệp mới tham gia vào thị trường. Sự tham gia này dịch chuyển đường cung ngắn hạn sang phải, từ S_1 sang S_2, như trong đồ thị (c). Tại điểm cân bằng mới trong dài hạn C, giá đã quay về mức P_1, nhưng sản lượng đã tăng lên Q_3. Lợi nhuận trở lại bằng 0, giá bằng tổng chi phí bình quân tối thiểu, nhưng thị trường đã có thêm doanh nghiệp để đáp ứng nhu cầu tăng thêm.



Bản chất của vấn đề này là có thể có một số lượng lớn doanh nghiệp tham gia có tiềm năng, và ai cũng phải đối mặt với các chi phí như sau. Kết quả là, đường cung thị trường trong dài hạn sẽ nằm ngang ngay tại mức tổng chi phí bình quân tối thiểu. Khi lượng cầu hàng hóa tăng lên, kết quả trong dài hạn chính là sự gia tăng số lượng doanh nghiệp trong dài hạn và tổng lượng cung mà không có sự thay đổi về giá.

Tuy nhiên, có hai lý do mà đường cung thị trường dài hạn có thể dốc lên. Thứ nhất là do một vài nguồn lực được sử dụng trong quá trình sản xuất chỉ có số lượng giới hạn nhất định. Ví dụ như ở thị trường nông sản, bất cứ ai cũng có thể

mua đất và bắt đầu xây dựng nông trại, nhưng diện tích đất đai có giới hạn. Khi ngày càng có nhiều người muốn trở thành nông dân, giá đất sẽ bị đẩy lên và làm tăng chi phí của các nông dân trên thị trường. Từ đó, một sự gia tăng về cầu nông sản không đủ để tạo ra sự gia tăng về lượng cung mà không làm tăng chi phí của nông dân, do đó, giá nông sản sẽ phải tăng. Kết quả là đường cung của thị trường trong dài hạn sẽ dốc lên, thậm chí là ngay cả khi các doanh nghiệp được tự do tham gia vào thị trường.

Lý do thứ hai cho đường cung dốc lên là doanh nghiệp có thể có sự khác nhau về chi phí. Ví dụ như thị trường thợ sơn. Bất cứ ai cũng có thể tham gia dịch vụ sơn quét, nhưng không phải mọi người ai cũng có chi phí như nhau. Chi phí giữa những người thợ sơn khác nhau một phần là do người này có thể làm nhanh hơn người kia, mặt khác là do họ có những phương án khác sử dụng thời gian hiệu quả hơn và do vậy chi phí cơ hội cao hơn. Tại bất cứ mức giá được để nghị nào, những ai có chi phí thấp hơn sẽ có nhiều khả năng gia nhập thị trường hơn là những người có chi phí cao. Để tăng lượng cung ứng dịch vụ sơn, cần phải khuyến khích thêm lao động tham gia vào thị trường. Bởi vì những người mới tham gia thị trường có chi phí cao hơn, giá cả cũng phải tăng lên để tạo ra lợi nhuận làm động lực cho họ tham gia. Do đó, đường cung thị trường của dịch vụ sơn quét trong dài hạn dốc lên ngay cả khi có sự tự do gia nhập thị trường.

Lưu ý là, do các doanh nghiệp có chi phí khác nhau, một vài doanh nghiệp thậm chí vẫn có thể có lợi nhuận trong dài hạn. Trong trường hợp này, giá trên thị trường phản ánh tổng chi phí bình quân của *doanh nghiệp biên* – là doanh nghiệp sẽ rời khỏi thị trường nếu giá cả trở nên thấp hơn. Doanh nghiệp này có lợi nhuận bằng 0, nhưng doanh nghiệp với chi phí thấp hơn sẽ có được lợi nhuận dương. Sự gia nhập thị trường không loại bỏ được các khoản lợi nhuận này bởi vì những người gia nhập tiềm năng có chi phí cao hơn các doanh nghiệp đang hoạt động trên thị trường. Doanh nghiệp có chi phí cao hơn sẽ chỉ tham gia vào thị trường khi giá tăng, giúp họ kiếm được lợi nhuận từ thị trường này.

Từ hai lý do trên, giá cao là điều kiện cần thiết để thúc đẩy lượng cung nhiều hơn, mà cụ thể là đường cung thị trường trong dài hạn sẽ dốc lên thay vì nằm ngang. Tuy nhiên, bài học cơ bản của việc gia nhập hay rời khỏi thị trường vẫn còn đúng. *Bởi vì các doanh nghiệp có thể gia nhập hay rời khỏi thị trường trong dài hạn dễ dàng hơn là trong ngắn hạn, đường cung dài hạn thông thường co giãn hơn đường cung ngắn hạn.*

KIỂM TRA NHANH: *Trong dài hạn với sự tự do gia nhập hay rời bỏ thị trường, giá thị trường bằng với chi phí biên, bằng với tổng chi phí bình quân, bằng cả hai hay chẳng bằng khoản chi phí nào cả? Hãy giải thích bằng đồ thị.*

KẾT LUẬN: PHÍA SAU ĐƯỜNG CUNG

Chúng ta đã thảo luận về hành vi của các doanh nghiệp với mục tiêu tối đa hóa lợi nhuận tham gia cung cấp hàng hóa trên thị trường cạnh tranh hoàn hảo. Hãy

nhớ lại một trong *Mười Nguyên lý của Kinh tế học* ở Chương 1: những người duy lý sẽ suy nghĩ ở mức cận biên. Chương này đã áp dụng nguyên lý đó cho doanh nghiệp cạnh tranh. Phân tích cận biên đã giúp cho chúng ta biết thêm lý thuyết về đường cung trên thị trường cạnh tranh và từ đó hiểu rõ hơn những kết quả xảy ra trên thị trường.

Chúng ta đã biết rằng, khi mua hàng hóa từ một doanh nghiệp trên thị trường cạnh tranh, bạn có thể được đảm bảo rằng giá mà bạn phải trả rất sát với chi phí sản xuất ra hàng hóa đó. Cụ thể là, nếu các doanh nghiệp là doanh nghiệp cạnh tranh và cùng mục tiêu là tối đa hóa lợi nhuận, giá của hàng hóa sẽ bằng với chi phí biên làm ra hàng hóa đó. Hơn nữa, nếu doanh nghiệp có thể tự do gia nhập hay rời bỏ thị trường, giá hàng hóa cũng sẽ bằng với mức tổng chi phí bình quân thấp nhất có thể có.

Mặc dù xuyên suốt chương này, chúng ta giả định doanh nghiệp là những người chấp nhận giá, nhưng nhiều công cụ được phát triển ở đây cũng hữu ích đối với việc nghiên cứu hành vi của doanh nghiệp trong những thị trường có mức độ cạnh tranh thấp hơn. Bây giờ chúng ta chuyển sang tìm hiểu hành vi của những doanh nghiệp có quyền lực thị trường. Phân tích cận biên sẽ vẫn còn hữu ích, nhưng nó đem lại những kết quả hoàn toàn khác.

TÓM TẮT

- Bởi vì doanh nghiệp cạnh tranh là những người chấp nhận giá, doanh thu sẽ tỷ lệ theo sản lượng đầu ra. Giá của hàng hóa bằng với cả doanh thu bình quân lẫn doanh thu biên.
- Để tối đa hóa lợi nhuận, doanh nghiệp sẽ chọn mức sản lượng đầu ra sao cho doanh thu biên bằng với chi phí biên. Bởi vì doanh thu biên của một doanh nghiệp cạnh tranh bằng với giá thị trường, doanh nghiệp sẽ chọn mức sản lượng sao cho giá bằng chi phí biên. Do đó, đường chi phí biên cũng là đường cung của doanh nghiệp.
- Trong ngắn hạn, khi không thể thu hồi khoản chi phí cố định, doanh nghiệp sẽ đóng cửa tạm thời nếu như giá bán hàng hóa nhỏ hơn chi phí biến đổi bình quân. Trong dài hạn, khi doanh nghiệp có thể thu hồi cả chi phí cố định lẫn chi phí biến đổi, họ sẽ chọn cách rời khỏi thị trường nếu như giá bán thấp hơn tổng chi phí bình quân.
- Trên thị trường có sự tự do xuất nhập ngành, lợi nhuận sẽ tiến về 0 trong dài hạn. Ở trạng thái cân bằng trong dài hạn này, tất cả các doanh nghiệp tham gia sản xuất với quy mô hiệu quả, khi đó, giá bán bằng với tổng chi phí bình quân tối thiểu, và số lượng doanh nghiệp điều chỉnh để đáp ứng lượng cầu tại mức giá này.
- Những thay đổi ở phía cầu thị trường gây ra những ảnh hưởng khác nhau trong những khoảng thời gian khác nhau. Trong ngắn hạn, sự gia tăng về cầu sẽ làm tăng giá và đem lại lợi nhuận, ngược lại, sự giảm sút về cầu sẽ làm giảm giá và dẫn đến thua lỗ. Nhưng nếu doanh nghiệp có thể tự do

gia nhập hay rời khỏi thị trường thì trong dài hạn, số lượng doanh nghiệp sẽ điều chỉnh để đưa thị trường trở về trạng thái cân bằng với lợi nhuận bằng 0.

KHÁI NIỆM THEN CHỐT

Thị trường cạnh tranh	competitive market
Doanh thu bình quân	average revenue
Doanh thu biên	marginal revenue
Chi phí chìm	sunk cost

CÂU HỎI ÔN TẬP

1. Giải thích sự khác nhau giữa doanh thu và lợi nhuận của một doanh nghiệp. Doanh nghiệp sẽ tối đa hóa tiêu chí nào?
2. Doanh nghiệp cạnh tranh có nghĩa là gì?
3. Trong những điều kiện nào thì doanh nghiệp sẽ đóng cửa tạm thời? Hãy giải thích.
4. Hãy vẽ những đường chi phí thông thường của một doanh nghiệp. Tại một mức giá cho trước, giải thích xem doanh nghiệp sẽ chọn mức sản lượng đầu ra như thế nào để tối đa hóa lợi nhuận. Tại mức sản lượng đầu ra đó, hãy chỉ ra trên đồ thị phần tổng doanh thu và tổng chi phí.
5. Giá bán sản phẩm của doanh nghiệp có bằng với chi phí biên trong ngắn hạn, trong dài hạn, hay cả hai? Hãy giải thích.
6. Trong những điều kiện nào thì doanh nghiệp sẽ rời khỏi thị trường. Hãy giải thích.
7. Đường cung của thị trường thông thường co giãn hơn trong ngắn hạn hay trong dài hạn? Hãy giải thích.
8. Giá bán sản phẩm của một doanh nghiệp bằng với tổng chi phí bình quân tối thiểu trong ngắn hạn, trong dài hạn, hay cả hai? Hãy giải thích.

BÀI TẬP VÀ ỨNG DỤNG

1. Bạn đi ăn tối ở một nhà hàng ngon nhất trong thành phố và gọi một con tôm hùm với giá 40 đô la. Sau khi ăn được nửa con tôm hùm, bạn nhận ra mình đã quá no. Người yêu của bạn muốn bạn hoàn thành buổi ăn tối của mình bởi vì bạn không thể đem về nhà và bởi vì "bạn đã trả tiền cho nó rồi". Bạn sẽ làm gì? Liên hệ câu trả lời của bạn với tài liệu trong chương này.
2. Nhiều tàu thuyền nhỏ được làm từ sợi thủy tinh, một nguyên liệu được làm từ dầu thô. Giả sử rằng giá dầu thô tăng lên.

a. Sử dụng đồ thị để chỉ ra những ảnh hưởng tác động lên các đường chi phí của một doanh nghiệp sản xuất tàu thuyền đơn lẻ và với đường cung của thị trường.

b. Điều gì sẽ xảy ra với lợi nhuận của doanh nghiệp sản xuất tàu thuyền trong ngắn hạn? Điều gì sẽ xảy ra với số lượng doanh nghiệp tham gia sản xuất tàu thuyền trong dài hạn?

3. Bob có một một doanh nghiệp chuyên cung cấp dịch vụ cắt cỏ, hoạt động trên thị trường cạnh tranh theo nguyên tắc tối đa hóa lợi nhuận. Mỗi lần cắt cỏ, Bob thu phí là 27 đô la. Tổng chi phí mỗi ngày của anh ta là 280 đô la, trong đó chi phí cố định là 30 đô la. Anh ấy cắt được 10 bãi cỏ mỗi ngày. Bạn có thể nói gì về quyết định của Bob trong ngắn hạn liên quan đến đóng cửa và quyết định trong dài hạn liên quan đến việc rời khỏi thị trường?

4. Chi phí sản xuất bạc đạn của Công ty Ball Bearings được cho trước như sau:

Sản lượng	Tổng chi phí cố định	Tổng chi phí biến đổi
0	$ 100	$ 0
1	100	50
2	100	70
3	100	90
4	100	140
5	100	200
6	100	360

a. Tính chi phí cố định bình quân, chi phí biến đổi bình quân, tổng chi phí bình quân và chi phí biên tại mỗi mức sản lượng.

b. Giá của một hộp bạc đạn là 50 đô la. Nhận thấy rằng không thể kiếm được lợi nhuận, giám đốc điều hành (CEO) quyết định ngưng hoạt động. Doanh nghiệp có được khoản lợi nhuận hay lỗ là bao nhiêu? Đây có phải là quyết định khôn ngoan hay không? Hãy giải thích.

c. Một cách mơ hồ nhớ lại kiến thức nhập môn kinh tế học, vị giám đốc tài chính nói với giám đốc điều hành rằng tốt hơn là nên sản xuất 1 hộp bạc đạn bởi vì ở mức đó, doanh thu biên bằng với chi phí biên. Ở mức sản lượng đó, doanh nghiệp có được khoản lợi nhuận hay lỗ là bao nhiêu? Đó có phải là quyết định tối ưu hay không? Hãy giải thích.

5. Hãy xem xét tổng chi phí và tổng doanh thu được cho trong bảng sau đây:

Sản lượng	0	1	2	3	4	5	6	7
Tổng chi phí	$8	9	10	11	13	19	27	37
Tổng doanh thu	$0	8	16	24	32	40	48	56

a. Tính lợi nhuận tại mỗi mức sản lượng. Doanh nghiệp nên sản xuất bao nhiêu để tối đa hóa lợi nhuận?

b. Tính doanh thu biên và chi phí biên tại mỗi mức sản lượng. Vẽ đồ thị hai đường này (Gợi ý: đặt những đáp án ở giữa những mức sản lượng. Ví dụ, chi phí biên nằm giữa 2 và 3 thì đặt ở 2,5). Những đường chi phí này sẽ cắt ngang qua mức sản lượng nào? Có liên quan gì đến câu trả lời ở Câu (a)?

c. Có thể kết luận được rằng doanh nghiệp này đang ở trên thị trường cạnh tranh hay không? Nếu có, bạn có thể cho biết ngành này có phải đang ở trạng thái cân bằng trong dài hạn hay không?

6. Một doanh nghiệp trên thị trường cạnh tranh có tổng doanh thu là 500 đô la và chi phí biên là 10 đô la. Doanh thu bình quân của doanh nghiệp này là bao nhiêu? Và bao nhiêu đơn vị hàng hóa đã được bán?

7. Giả sử ngành in là cạnh tranh và bắt đầu từ trạng thái cân bằng trong dài hạn.

a. Hãy vẽ đồ thị mô tả một doanh nghiệp thông thường trong ngành.

b. Công ty in ấn Hi-Tech phát minh một công nghệ mới có thể giảm đáng kể chi phí in ấn. Điều gì sẽ xảy ra với lợi nhuận của công ty Hi-Tech và giá sách trong ngắn hạn khi bằng sáng chế của Hi-Tech ngăn không cho doanh nghiệp khác sử dụng công nghệ mới này?

c. Điều gì sẽ xảy ra trong dài hạn khi bằng sáng chế của Hi-Tech hết thời hạn hiệu lực và các doanh nghiệp khác có thể sử dụng công nghệ này một cách miễn phí?

8. Thị trường phân bón là thị trường cạnh tranh hoàn hảo. Các doanh nghiệp trên thị trường này hiện vẫn đang tham gia sản xuất nhưng bị thua lỗ về mặt kinh tế.

a. Giá của phân bón như thế nào so với tổng chi phí bình quân, chi phí biến đổi bình quân, và chi phí biên sản xuất phân bón?

b. Hãy vẽ hai đồ thị đặt cạnh nhau mô tả tình huống hiện tại, một của doanh nghiệp và một của thị trường.

c. Giả định không có sự thay đổi ở phía đường cầu cũng như đường chi phí của doanh nghiệp, hãy giải thích điều gì sẽ xảy ra trong dài hạn đối với giá phân bón, chi phí biên, tổng chi phí bình quân, lượng cung của mỗi doanh nghiệp, và tổng lượng cung của toàn thị trường.

9. Một doanh nghiệp muốn tối đa hóa lợi nhuận trên thị trường cạnh tranh hiện đang sản xuất 100 đơn vị sản lượng đầu ra. Doanh thu bình quân của doanh nghiệp là 10 đô la, tổng chi phí bình quân là 8 đô la, chi phí cố định là 200 đô la.

a. Lợi nhuận của doanh nghiệp này là bao nhiêu?

b. Chi phí biên của doanh nghiệp này là bao nhiêu?

c. Chi phí biến đổi bình quân của doanh nghiệp này là bao nhiêu?

d. Quy mô hiệu quả của doanh nghiệp này là lớn hơn, nhỏ hơn, hay bằng đúng với 100 đơn vị sản lượng?

10. Giả định ngành dệt may của Hoa Kỳ là cạnh tranh và không có giao dịch thương mại quốc tế trong ngành này. Trong dài hạn, giá mỗi đơn vị vải là 30 đô la.

    a. Mô tả trạng thái cân bằng sử dụng đồ thị cho toàn thị trường và cho một nhà sản xuất riêng lẻ

    Bây giờ chúng ta giả định những nhà sản xuất ở các quốc gia khác cũng sẵn lòng bán một số lượng lớn vải cho Hoa Kỳ với với giá chỉ 25 đô la trên mỗi đơn vị sản phẩm.

    b. Giả sử các nhà sản xuất Hoa Kỳ có chi phí cố định lớn, tác động trong ngắn hạn của việc nhập khẩu này lên sản lượng của một nhà sản xuất đơn lẻ như thế nào? Tác động trong ngắn hạn lên lợi nhuận ra sao? Minh họa câu trả lời bằng đồ thị.

    c. Tác động trong dài hạn đến số lượng doanh nghiệp của Hoa Kỳ trong ngành này như thế nào?

11. Thị trường bánh táo ở thành phố Ectenia là cạnh tranh và có biểu cầu như sau:

Giá	Lượng Cầu
$ 1	1.200 bánh
2	1.100
3	1.000
4	900
5	800
6	700
7	600
8	500
9	400
10	300
11	200
12	100
13	0

Mỗi nhà sản xuất trên thị trường có chi phí cố định là 9 đô la và chi phí biên như sau:

Sản lượng	Chi phí Biên
1 bánh	$ 2
2	4
3	6
4	8
5	10
6	12

a. Hãy tính tổng chi phí và tổng chi phí bình quân cho các mức sản lượng từ 1 đến 6 cái bánh táo đối với mỗi nhà sản xuất.

b. Giá của một cái bánh táo giờ đây là 11 đô la. Bao nhiêu bánh sẽ được bán? Bao nhiêu bánh mỗi nhà sản xuất làm ra? Có tất cả bao nhiêu nhà sản xuất? Lợi nhuận mỗi nhà sản xuất thu được là bao nhiêu?

c. Tình huống mô tả ở Câu (b) có phải là đang ở trạng thái cân bằng trong dài hạn? Tại sao phải và tại sao không?

d. Giả định trong dài hạn có sự tự do gia nhập hay rời khỏi thị trường. Lợi nhuận mà mỗi doanh nghiệp sẽ kiếm được trong cân bằng dài hạn là bao nhiêu? Giá thị trường cho mỗi chiếc bánh và số lượng bánh mỗi nhà sản xuất làm ra là bao nhiêu? Bao nhiêu bánh sẽ được bán? Có bao nhiêu nhà sản xuất bánh đang hoạt động?

12. Giả sử có 1.000 quầy bánh bánh quy xoắn (pretzel) nóng đang hoạt động ở thành phố New York. Mỗi quầy có đường tổng chi phí tình quân hình chữ U như thông thường. Đường cầu của thị trường dốc xuống, và thị trường của loại bánh này đang ở trạng thái cân bằng cạnh tranh trong dài hạn.

a. Hãy vẽ trạng thái cân bằng hiện tại, sử dụng đồ thị cho toàn thị trường và cho một quầy bán bánh đơn lẻ.

b. Thành phố quyết định hạn chế số lượng giấy phép bán bánh pretzel xuống còn 800. Tác động của quyết định này lên thị trường như thế nào và tác động đến các quầy bánh riêng lẻ đang hoạt động trên thị trường này ra sao? Hãy vẽ đồ thị để minh họa câu trả lời.

c. Giả sử thành phố quyết định thu phí đối với 800 giấy phép buôn bán này, tất cả các giấy phép được bán ra một cách nhanh chóng. Mức phí ảnh hưởng như thế nào đến số lượng bánh bán ra của mỗi quầy bánh? Giá bánh trong thành phố sẽ bị ảnh hưởng như thế nào?

d. Thành phố muốn tăng doanh thu càng nhiều càng tốt trong khi vẫn muốn đảm bảo rằng 800 giấy phép kinh doanh sẽ được bán hết. Thành phố sẽ quy định mức phí của giấy phép kinh doanh là bao nhiêu? Hãy trả lời bằng đồ thị.

13. Một ngành hiện có 100 doanh nghiệp, tất cả đều có chi phí cố định là 16 đô la và chi phí bình quân biến đổi như sau:

Sản lượng	Chi phí biến đổi bình quân
1	$ 1
2	2
3	3
4	4
5	5
6	6

a. Tính chi phí biên và tổng chi phí bình quân.

b. Giá bán mỗi đơn vị sản phẩm hiện là 10 đô la. Tổng lượng cung trên thị trường sẽ là bao nhiêu?
c. Khi thị trường chuyển sang trạng thái cân bằng trong dài hạn, giá sẽ tăng hay giảm? Lượng cầu sẽ giảm hay tăng? Lượng cung của mỗi doanh nghiệp sẽ thay đổi như thế nào?
d. Hãy vẽ đồ thị đường cung dài hạn cho thị trường này.

Để biết thêm thông tin về chủ đề của chương này, hãy ghé thăm website của chúng tôi tại *www.cengage.com/international* để xem thêm bài tập, ứng dụng, ví dụ, các bài kiểm tra trực tuyến và các nội dung khác.

15
DOANH NGHIỆP ĐỘC QUYỀN

Nếu bạn đang sở hữu một máy tính cá nhân, có thể nó đang chạy một trong những phiên bản Windows, hệ điều hành được bán trên thị trường của tập đoàn Microsoft. Ở thời điểm khi Microsoft mới thiết kế Windows nhiều năm về trước, họ đã đăng ký và nhận được chứng nhận bản quyền từ chính phủ Hoa Kỳ. Chứng nhận bản quyền này cho Microsoft độc quyền được tạo ra và bán các bản sao của hệ điều hành Windows. Do đó nếu khách hàng muốn mua một bản sao của hệ điều hành này, họ sẽ có rất ít lựa chọn khác ngoài việc phải trả cho Microsoft khoảng 100 đô la, là mức giá mà công ty này bán sản phẩm của họ trên thị trường. Microsoft được gọi là một *doanh nghiệp độc quyền* trên thị trường hệ điều hành Windows.

Các quyết định kinh doanh của Microsoft không được mô tả một cách chi tiết bởi mô hình hành vi của doanh nghiệp được phát triển ở trong chương trước. Trong chương đó, chúng ta chỉ mới phân tích các thị trường cạnh tranh, là các thị trường có nhiều doanh nghiệp cùng bán các loại hàng hóa gần như giống nhau và do đó họ có rất ít ảnh hưởng lên giá bán. Ngược lại, một công ty độc quyền như Microsoft hầu như không có đối thủ cạnh tranh trực tiếp, vì vậy họ có quyền lực tác động lên *giá bán sản phẩm* của họ trên thị trường.

Nếu như doanh nghiệp cạnh tranh là người *chấp nhận giá*, thì doanh nghiệp độc quyền là người *quyết định giá*. Trong chương này, chúng ta sẽ phân tích hàm ý của quyền lực thị trường này. Qua đó, chúng ta sẽ thấy rằng quyền lực thị trường làm thay đổi mối quan hệ giữa chi phí của một doanh nghiệp và giá của các sản phẩm mà họ bán trên thị trường. Một doanh nghiệp cạnh tranh chấp nhận mức giá của sản lượng đầu ra do thị trường quy định và sau đó chọn mức sản lượng mà họ muốn bán ra sao cho giá bán bằng chi phí biên. Ngược lại, doanh nghiệp độc quyền lại áp đặt một mức giá cao hơn chi phí biên. Hệ điều hành Windows của Microsoft là một trong những trường hợp như vậy. Chi phí biên của hệ điều hành Windows – chi phí phát sinh mà Microsoft phải trả cho việc sao chép phần mềm này vào đĩa CD – chỉ là một vài đô la. Trong khi đó giá bán trên thị trường của mỗi phiên bản của phần mềm này cao hơn chi phí biên của nó nhiều lần.

Chẳng có gì ngạc nhiên khi các doanh nghiệp độc quyền bán các sản phẩm của họ với mức giá rất cao và khách hàng của họ dường như không có nhiều lựa

chọn ngoài việc phải trả theo mức giá bất kỳ do doanh nghiệp độc quyền đặt ra. Nhưng nếu vậy, tại sao Microsoft không bán mỗi bản sao Windows ở mức 1.000 đô la hay thậm chí là 10.000 đô la? Lý do là bởi vì nếu Microsoft bán ở mức giá cao như vậy, rất ít người sẽ mua sản phẩm của họ. Lúc này mọi người có lẽ sẽ mua ít máy tính hơn, hoặc chuyển sang dùng một hệ điều hành khác, hay dùng các bản sao chép không có bản quyền. Một doanh nghiệp độc quyền có thể kiểm soát giá của mặt hàng mà họ bán, nhưng bởi vì mức giá cao sẽ làm giảm số lượng hàng hóa mà khách hàng muốn mua, do đó lợi nhuận độc quyền không phải là vô hạn.

Khi đánh giá hoạt động sản xuất và các quyết định về giá của các doanh nghiệp độc quyền, chúng ta cũng đồng thời xem xét các tác động của sự độc quyền lên toàn bộ xã hội. Tương tự như doanh nghiệp cạnh tranh, các doanh nghiệp độc quyền cũng có mục tiêu tối đa hóa lợi nhuận. Tuy nhiên mục tiêu này có nhiều điểm khác biệt giữa hai loại doanh nghiệp. Trong thị trường cạnh tranh, hành vi của các nhà sản xuất và người tiêu dùng vị kỷ dường như được điều khiển bởi một bàn tay vô hình để tăng thêm tổng phúc lợi kinh tế. Ngược lại, các sản phẩm trên thị trường độc quyền thường không mang lại lợi ích cao nhất cho xã hội bởi vì họ không phải chịu tác động từ sự cạnh tranh.

Một trong *Mười Nguyên lý của Kinh tế học* trong Chương 1 đã chỉ ra rằng đôi lúc chính phủ có thể cải thiện những kết quả thị trường. Những phân tích trong chương này sẽ làm rõ hơn nguyên tắc này. Chúng ta sẽ đánh giá những vấn đề do độc quyền gây ra cho xã hội, đồng thời sẽ thảo luận về các cách thức khác nhau mà các chính phủ có thể sử dụng để giải quyết các vấn đề này. Ví dụ, chính phủ Hoa Kỳ theo dõi rất sát sao các quyết định kinh doanh của tập đoàn Microsoft. Vào năm 1994, họ đã ngăn không cho Microsoft mua lại Intuit, một công ty chuyên bán các phần mềm tài chính cá nhân hàng đầu, bởi vì sự kết hợp của hai công ty này sẽ dẫn đến một sự tập trung quyền lực thị trường quá lớn. Tương tự như vậy, vào năm 1998, Bộ Tư pháp Hoa Kỳ đã phản đối việc tích hợp trình duyệt Internet (IE) vào hệ điều hành Windows vì họ cho rằng sự kết hợp này sẽ mở rộng quyền lực thị trường của Microsoft sang một lĩnh vực khác. Ngày nay, Microsoft vẫn tiếp tục có nhiều tranh cãi với các cơ quan chống độc quyền tại Hoa Kỳ cũng như ở các quốc gia khác.

NGUYÊN NHÂN CỦA ĐỘC QUYỀN?

Một doanh nghiệp được gọi là **độc quyền**[1] khi đó là người bán duy nhất và hàng hóa của họ không có các sản phẩm thay thế gần gũi. Nguyên nhân cơ bản của sự độc quyền là các rào cản gia nhập: Một doanh nghiệp độc quyền duy trì vị thế là người bán duy nhất trên thị trường bởi vì các doanh nghiệp khác không thể gia nhập và cạnh tranh với nó. Các rào cản gia nhập này có ba dạng chính:

1. **Doanh nghiệp độc quyền**: người bán duy nhất một sản phẩm cụ thể mà không có hàng hóa thay thế gần gũi nào.

- *Độc quyền về nguồn lực*: một nguồn lực quan trọng cần thiết cho quá trình sản xuất được sở hữu bởi một doanh nghiệp duy nhất.
- *Các quy định của chính phủ*: Chính phủ trao cho một doanh nghiệp duy nhất quyền được sản xuất một vài loại hàng hóa và dịch vụ.
- *Quy trình sản xuất*: Một doanh nghiệp có khả năng sản xuất hàng hóa với chi phí thấp hơn so với phần lớn các nhà sản xuất khác.

Chúng ta sẽ thảo luận vắn tắt về từng dạng độc quyền này.

Độc quyền về Nguồn lực

Cách đơn giản nhất để một doanh nghiệp trở nên độc quyền là sở hữu một nguồn lực quan trọng. Chẳng hạn như trong trường hợp thị trường nước sinh hoạt trong một thị trấn ở vùng Old West. Nếu các cư dân thị trấn sở hữu nhiều giếng nước, thì mô hình cạnh tranh mà chúng ta đã thảo luận ở chương trước sẽ phản ánh hành vi của người bán. Bởi vì sự cạnh tranh giữa các nhà cung cấp nước, giá của một gallon nước sẽ được điều chỉnh bằng với chi phí biên của việc bơm thêm một gallon nước. Tuy nhiên, giả sử thị trấn chỉ có một giếng nước duy nhất và người dân không thể lấy được nước từ các nguồn khác, người chủ sở hữu của giếng nước duy nhất này sẽ độc quyền cung cấp nước. Do đó, người này sẽ có quyền lực thị trường lớn hơn rất nhiều so với các doanh nghiệp trong một thị trường cạnh tranh. Đặc biệt trong trường hợp hàng hóa là các mặt hàng thiết yếu như nước, người cung cấp độc quyền có thể đặt một mức giá rất cao, mặc dù chi phí biên của việc bơm thêm một gallon nước không đáng là bao.

Một ví dụ điển hình của sự xuất hiện quyền lực thị trường thông qua việc sở hữu một nguồn tài nguyên quan trọng là DeBeers, một công ty kim cương ở Nam Phi. Được thành lập vào năm 1888 bởi Cecil Rhodes, một doanh nhân người Anh (và cũng là một nhà tài trợ chính cho quỹ học bổng Rhodes), ở nhiều thời điểm Debeers đã kiểm soát đến 80 phần trăm sản lượng của các mỏ kim cương trên toàn thế giới. Mặc dù Debeers không hoàn toàn là một một nhà độc quyền, do thị phần của nó nhỏ hơn 100 phần trăm, nhưng công ty này đã có một sự chi phối rất lớn lên giá của kim cương trên thị trường.

Dù độc quyền sở hữu một nguồn tài nguyên quan trọng là một nguyên nhân chủ yếu của sự độc quyền, trên thực tế rất hiếm gặp các doanh nghiệp độc quyền theo dạng này. Các nền kinh tế rất rộng lớn, và các nguồn lực thường được sở hữu bởi nhiều người. Thực ra, nhiều loại hàng hóa được mua bán trên khắp thế giới, do đó phạm vi thị trường tự nhiên của chúng thường ở quy mô toàn cầu. Vì vậy có rất ít các ví dụ về các doanh nghiệp sở hữu một nguồn lực mà không có bất cứ một sự thay thế nào tương xứng.

Độc quyền do chính phủ tạo ra

Trong nhiều trường hợp, độc quyền xuất hiện do chính phủ cho phép các cá nhân hay doanh nghiệp độc quyền được bán một số loại hàng hóa hoặc dịch vụ. Nhưng thỉnh thoảng sự độc quyền được hình thành từ sức mạnh chính trị tuyệt đối của các nhà độc quyền trong tương lai. Ví dụ, các vị vua thường cấp cho

bạn bè hay đồng minh của họ những giấy phép kinh doanh độc quyền. Cũng có những trường hợp, chính phủ bảo hộ độc quyền bởi vì nó thể hiện nguyện vọng của người dân.

Bằng sáng chế và luật bản quyền là hai ví dụ quan trọng. Nếu một công ty dược phẩm bào chế ra một loại thuốc mới, họ có thể nộp đơn lên chính phủ xin cấp bằng sáng chế. Nếu cơ quan kiểm duyệt xét thấy loại thuốc mới tìm ra đúng là của công ty nộp đơn, họ sẽ cấp bằng sáng chế cho công ty này. Với bằng sáng chế này, công ty dược phẩm độc quyền sản xuất và bán loại dược phẩm này trong vòng 20 năm. Cũng tương tự như vậy, khi một nhà văn hoàn thành một tác phẩm, họ có thể đăng ký bản quyền tác phẩm đó. Bản quyền tác phẩm là một sự đảm bảo của chính phủ rằng không ai có thể sao chép và bán tác phẩm mà không được sự đồng ý của tác giả. Như vậy bản quyền tác phẩm đã biến tác giả thành một nhà độc quyền trên thị trường của tác phẩm của họ.

Rất dễ nhận thấy tác động và sự ảnh hưởng của bằng sáng chế cũng như luật bản quyền. Những văn bản pháp lý này cung cấp cho người sản xuất sự độc quyền và do đó sẽ dẫn tới các mức giá cao hơn so với các mức giá trong thị trường cạnh tranh. Tuy nhiên, bằng việc cho phép các nhà sản xuất độc quyền định giá cao hơn và thu về lợi nhuận nhiều hơn, luật bản quyền và bằng sáng chế cũng đồng thời khuyến khích các hành vi đáng mong muốn. Các công ty dược được phép trở thành các nhà độc quyền đối với các loại thuốc mà họ bào chế ra, điều này sẽ khuyến khích các hoạt động nghiên cứu. Các tác giả được độc quyền bán tác phẩm của mình sẽ có động cơ viết thêm nhiều cuốn sách hay hơn.

Do đó, các văn bản pháp lý về bằng sáng chế và bản quyền mang lại cả lợi ích lẫn chi phí. Lợi ích của chúng là tăng thêm động lực cho các hoạt động sáng tạo. Tuy nhiên, những lợi ích này cũng bị giảm đi phần nào do những tổn thất mà sự độc quyền gây ra. Những tổn thất này sẽ được đánh giá đầy đủ hơn ở phần sau của chương này.

Độc quyền tự nhiên

Một ngành được gọi là **độc quyền tự nhiên**[1] khi một doanh nghiệp có khả năng cung cấp một loại hàng hóa hay dịch vụ cho toàn bộ thị trường với chi phí sản xuất thấp hơn các doanh nghiệp khác. Độc quyền tự nhiên xuất hiện khi có lợi thế kinh tế theo quy mô theo giới hạn mức sản lượng tương ứng. Hình 1 biểu diễn tổng chi phí bình quân của một doanh nghiệp có lợi thế kinh tế theo quy mô. Trong trường hợp này, một doanh nghiệp có thể sản xuất tại bất cứ mức sản lượng nào với chi phí thấp nhất. Do đó, tại một mức sản lượng nhất định, sự xuất hiện một số lượng lớn doanh nghiệp sẽ làm giảm sản lượng bình quân và làm tăng tổng chi phí bình quân của các doanh nghiệp.

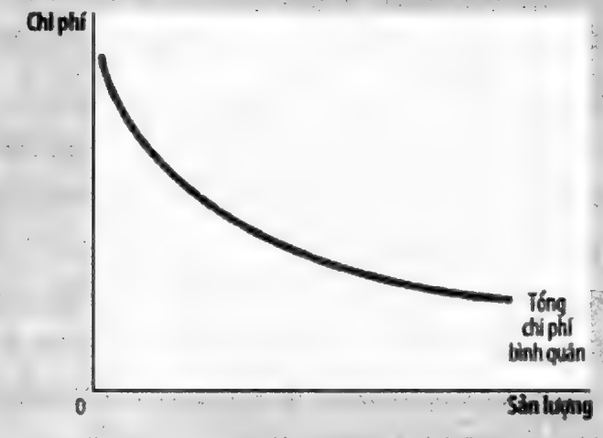
---

1. **Độc quyền tự nhiên**: doanh nghiệp độc quyền do tình huống mà ở đó một doanh nghiệp có thể cung cấp một hàng hóa hay dịch vụ cho toàn bộ thị trường với chi phí thấp hơn là hai hoặc nhiều doanh nghiệp.

Hình 1

Lợi thế kinh tế theo quy mô gây ra độc quyền

Một doanh nghiệp có được độc quyền tự nhiên khi có đường tổng chi phí bình quân giảm liên tục. Trong trường hợp này, nếu sản lượng được chia đều cho các doanh nghiệp khác thì mỗi doanh nghiệp sẽ sản xuất ít hơn và tổng chi phí bình quân sẽ tăng lên. Kết quả là với mỗi mức sản lượng cho trước, chi phí sẽ thấp nhất nếu chỉ do một doanh nghiệp sản xuất.



Một ví dụ của độc quyền tự nhiên là dịch vụ cung cấp nước sinh hoạt. Để cung cấp nước cho các cư dân trong thị trấn, doanh nghiệp phải xây dựng một hệ thống đường ống dẫn nước khắp thị trấn. Nếu có nhiều doanh nghiệp khác cạnh tranh, mỗi doanh nghiệp sẽ phải trả chi phí cố định cho việc xây dựng hệ thống cấp nước. Điều này có nghĩa là, tổng chi phí bình quân của dịch vụ cung cấp nước sinh hoạt sẽ ở mức thấp nhất khi chỉ có duy nhất một doanh nghiệp cung cấp nước cho toàn bộ thị trấn.

Trong Chương 11, chúng ta đã nhắc đến các ví dụ khác của độc quyền tự nhiên khi thảo luận về hàng hóa công và tài nguyên chung. Chúng ta đã thấy rằng hàng hóa *nhóm* có khả năng loại trừ nhưng lại không có tính cạnh tranh trong tiêu dùng. Lấy ví dụ một cây cầu ít được sử dụng và do đó hầu như chẳng bao giờ bị tắc đường. Cây cầu này có khả năng loại trừ bởi vì trạm thu phí sẽ ngăn cản một số người muốn qua cầu. Tuy nhiên, nó lại không có tính cạnh tranh trong việc sử dụng vì việc sử dụng của người này không làm giảm đi khả năng sử dụng của những người khác. Bởi vì tồn tại chi phí cố định dành cho việc xây dựng cây cầu và một chi phí biên rất nhỏ phát sinh từ việc có thêm một người sử dụng, tổng chi phí bình quân của một lần qua cầu (là tổng chi phí chia cho tổng số lần qua) sẽ tỷ lệ nghịch với tổng số lần qua cầu. Do đó, cây cầu là một dạng độc quyền tự nhiên.

Một doanh nghiệp độc quyền tự nhiên sẽ ít bận tâm tới việc có thêm đối thủ mới gia nhập sẽ làm giảm đi sức mạnh độc quyền của nó. Thông thường, một doanh nghiệp sẽ gặp nhiều khó khăn trong việc duy trì vị thế độc quyền nếu như họ không sở hữu một nguồn tài nguyên quan trọng hoặc không có sự bảo hộ từ phía chính phủ.

Lợi nhuận có được từ sự độc quyền sẽ thu hút các doanh nghiệp gia nhập vào thị trường và chính những doanh nghiệp mới gia nhập này sẽ làm cho thị trường trở nên cạnh tranh hơn. Ngược lại, việc gia nhập vào một thị trường sẽ trở nên kém hấp dẫn hơn nếu trong thị trường đó đã tồn tại một nhà độc quyền tự nhiên. Những doanh nghiệp muốn gia nhập vào thị trường biết rằng họ không thể đạt được mức chi phí thấp như nhà độc quyền tự nhiên đang có, bởi vì sau khi gia nhập, thị phần dành cho mỗi doanh nghiệp sẽ trở nên nhỏ hơn.

Trong một số trường hợp, quy mô thị trường là yếu tố quyết định tới việc một ngành nào đó có phải là độc quyền tự nhiên hay không. Chúng ta hãy xem lại ví dụ về một cây cầu bắc qua sông. Cây cầu có thể là một dạng độc quyền tự nhiên

khi dân số của thị trấn còn ít và nó có thể đáp ứng toàn bộ nhu cầu đi lại ở mức chi phí thấp nhất. Tuy nhiên, khi dân số của thị trấn tăng lên dẫn tới tình trạng tắc nghẽn, sẽ cần phải có hai cây cầu hoặc nhiều hơn để đáp ứng toàn bộ nhu cầu đi lại của người dân. Do đó, khi thị trường mở rộng ra, nó có thể chuyển độc quyền tự nhiên thành một thị trường có tính cạnh tranh hơn.

KIỂM TRA NHANH: *Đâu là ba lý do có thể làm cho thị trường xuất hiện độc quyền? • Lấy hai ví dụ về sự độc quyền và giải thích lý do cho từng trường hợp.*

CÁC DOANH NGHIỆP ĐỘC QUYỀN ĐƯA RA CÁC QUYẾT ĐỊNH VỀ SẢN XUẤT VÀ GIÁ CẢ NHƯ THẾ NÀO?

Chúng ta đã biết các nguyên nhân dẫn tới độc quyền, bây giờ chúng ta sẽ xem xét các doanh nghiệp này quyết định mức sản lượng mà họ sẽ sản xuất cũng như mức giá bán ra như thế nào. Các phân tích về hành vi độc quyền trong phần này sẽ giúp chúng ta đánh giá xem liệu độc quyền có đáng được mong muốn như nhiều người vẫn thường nghĩ hay không, và chính phủ có thể theo đuổi những chính sách nào trong các thị trường độc quyền.

Độc quyền và cạnh tranh

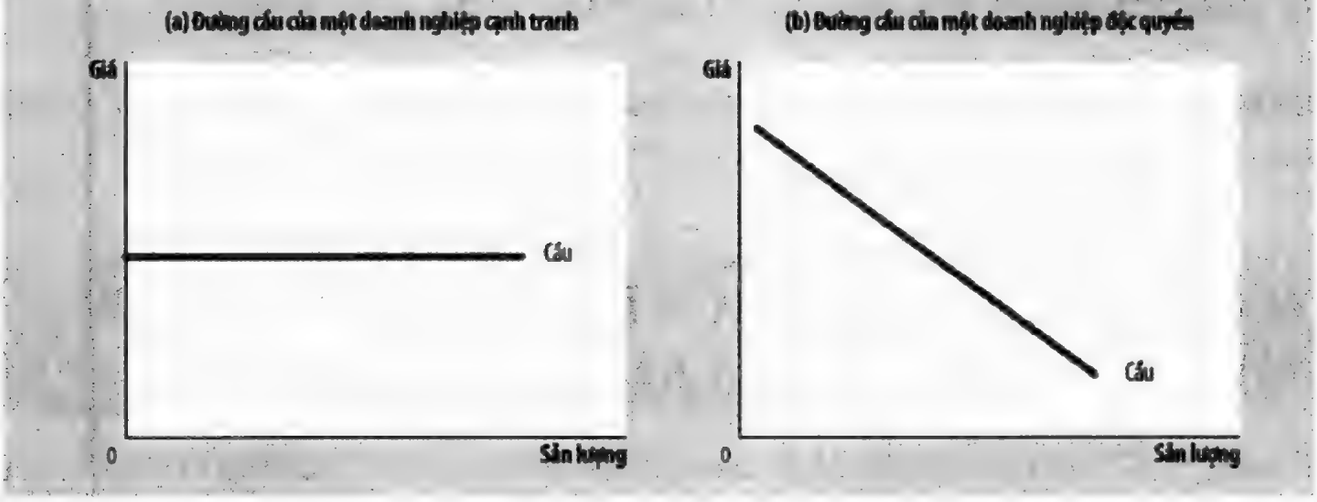
Sự khác nhau cơ bản giữa một doanh nghiệp cạnh tranh và một doanh nghiệp độc quyền là khả năng ảnh hưởng lên giá cả của hàng hóa. Trong thị trường cạnh tranh, một doanh nghiệp là quá nhỏ bé để có thể tác động lên giá của các sản phẩm. Họ sẽ phải chấp nhận mức giá được quy định bởi các điều kiện của thị trường. Ngược lại, bởi vì doanh nghiệp độc quyền là nhà sản xuất duy nhất trong thị trường của họ, họ có thể thay đổi giá cả của sản phẩm bằng cách thay đổi mức sản lượng cung cấp ra thị trường.

Một cách để thấy được sự khác biệt giữa một doanh nghiệp cạnh tranh và một doanh nghiệp độc quyền là nghiên cứu đường cầu của mỗi loại doanh nghiệp. Khi phân tích quá trình tối đa hóa lợi nhuận của các doanh nghiệp cạnh tranh ở chương trước, chúng ta minh họa giá thị trường là một đường nằm ngang. Bởi vì doanh nghiệp cạnh tranh có thể bán sản phẩm của họ tại bất cứ mức sản lượng nào họ muốn ở mức giá này, đường cầu của họ là một đường nằm ngang, như được thể hiện trong Hình 2(a). Vì sản phẩm mà các doanh nghiệp cạnh tranh bán ra có rất nhiều sản phẩm có thể thay thế hoàn toàn, đường cầu của họ co giãn hoàn toàn.

Ngược lại, do doanh nghiệp độc quyền là nhà sản xuất duy nhất trên thị trường, đường cầu của nó là đường cầu thị trường. Thông thường, đường cầu của doanh nghiệp độc quyền dốc xuống như được minh họa trong Hình 2(b). Nếu các doanh nghiệp độc quyền tăng giá bán, người tiêu dùng sẽ mua ít hàng hơn. Mặt khác, nếu họ giảm sản lượng bán ra, giá của các sản phẩm sẽ tăng lên.

Hình 2
Đường cầu của doanh nghiệp cạnh tranh và doanh nghiệp độc quyền

Do các doanh nghiệp cạnh tranh là người chấp nhận giá, đường cầu của họ là một đường ngang giống như được thể hiện trong Hình (a). Ngược lại, doanh nghiệp độc quyền là nhà cung cấp duy nhất trên thị trường của mình, họ có đường cầu dốc xuống giống như được thể hiện trong Hình (b). Điều này có nghĩa là doanh nghiệp độc quyền phải chấp nhận bán ở mức giá thấp hơn nếu như họ muốn tăng lượng bán ra.



Đường cầu thị trường thể hiện giới hạn trong việc hưởng lợi từ quyền lực thị trường của các doanh nghiệp độc quyền. Nếu có thể, doanh nghiệp độc quyền rất muốn bán các sản phẩm của họ ở mức sản lượng lớn với mức giá cao.

Đường cầu thị trường không cho phép các doanh nghiệp độc quyền thực hiện điều này. Cụ thể, đường cầu thị trường mô tả các kết hợp giữa giá và sản lượng mà doanh nghiệp độc quyền có thể có. Bằng cách thay đổi sản lượng sản xuất (hay nói cách khác là giá bán thay đổi), doanh nghiệp độc quyền có thể chọn bất cứ điểm nào trên đường cầu, nhưng họ không thể chọn bất cứ điểm nào nằm ngoài đường cầu.

Vậy doanh nghiệp độc quyền sẽ chọn mức giá và mức sản lượng nào? Giống như đối với các doanh nghiệp cạnh tranh, chúng ta hãy giả định rằng mục tiêu của các doanh nghiệp độc quyền là tối đa hóa lợi nhuận. Do lợi nhuận của một doanh nghiệp bằng tổng doanh thu trừ đi tổng chi phí, trong phần tiếp theo chúng ta sẽ nghiên cứu doanh thu của các doanh nghiệp độc quyền để có thể hiểu được hành vi của họ.

Doanh thu của doanh nghiệp độc quyền

Giả sử trong một thị trấn chỉ có duy nhất một doanh nghiệp cung cấp nước sinh hoạt. Bảng 1 cho thấy doanh thu của doanh nghiệp độc quyền này phụ thuộc vào lượng nước cung cấp như thế nào.

Hai cột đầu tiên thể hiện biểu cầu của doanh nghiệp độc quyền này. Nếu doanh nghiệp này chỉ cung cấp một gallon nước, giá của gallon nước đó là 10 đô la. Khi sản lượng là 2 gallon, giá sẽ giảm xuống 9 đô la. Nếu sản lượng tăng lên 3 gallon, giá sẽ tiếp tục giảm xuống chỉ còn 8 đô la, v.v... Nếu bạn vẽ một đồ thị thể hiện những con số trong hai cột này, bạn sẽ có một đường cầu dốc xuống.

Cột thứ ba thể hiện *tổng doanh thu* của nhà độc quyền được tính bằng cách lấy lượng bán ra (ở cột thứ nhất) nhân với giá bán (ở cột thứ hai). Cột thứ tư tính

Bảng 1
Doanh thu biên, doanh thu bình quân và tổng doanh thu của doanh nghiệp độc quyền

Lượng nước (Q)	Giá (P)	Tổng doanh thu ($TR = P \times Q$)	Doanh thu bình quân ($AR = TR/Q$)	Doanh thu biên ($MR = \Delta TR / \Delta Q$)
0 gallons	$11	$ 0	—	
				$10
1	10	10	$10	
				8
2	9	18	9	
				6
3	8	24	8	
				4
4	7	28	7	
				2
5	6	30	6	
				0
6	5	30	5	
				–2
7	4	28	4	
				–4
8	3	24	3	

toán *doanh thu bình quân* của doanh nghiệp độc quyền, là lượng doanh thu có được trên mỗi đơn vị bán ra và được tính bằng cách lấy tổng doanh thu ở cột thứ ba chia cho tổng sản lượng bán ra ở cột thứ nhất. Như chúng ta đã thảo luận ở chương trước, doanh thu bình quân luôn bằng giá bán của hàng hóa và điều này đúng cho cả các doanh nghiệp cạnh tranh lẫn các doanh nghiệp độc quyền.

Cột cuối cùng của Bảng 1 là *doanh thu biên* của doanh nghiệp độc quyền, đây chính là mức doanh thu mà doanh nghiệp độc quyền nhận được khi bán thêm một đơn vị sản phẩm. Doanh thu biên chính là mức thay đổi trong tổng doanh thu khi tổng sản lượng tăng thêm một đơn vị. Ví dụ, khi doanh nghiệp độc quyền cung cấp 3 gallon nước, họ sẽ có tổng doanh thu là 24 đô la. Nếu tăng lên 4 gallon thì tổng doanh thu sẽ tăng lên 28 đô la, như vậy doanh thu biên của gallon nước thứ 4 là 4 đô la (28 – 24).

Bảng 1 cho chúng ta một kết luận rất quan trọng để hiểu được hành vi của doanh nghiệp độc quyền: *doanh thu biên của một doanh nghiệp độc quyền luôn thấp hơn giá bán của hàng hóa đó.* Ví dụ, nếu nhà độc quyền nâng sản lượng nước cung cấp từ 3 lên 4 gallon, tổng doanh thu của họ chỉ tăng thêm 4 đô la, dù mỗi gallon nước lúc này vẫn được bán ở mức 7 đô la. Đối với doanh nghiệp độc quyền, doanh thu biên luôn thấp hơn giá bán bởi vì đường cầu của họ dốc xuống. Để tăng sản lượng bán ra, họ sẽ phải bán ở mức giá thấp hơn. Do đó, để bán gallon nước thứ 4, doanh thu của doanh nghiệp độc quyền sẽ phải giảm bớt 1 đô la cho mỗi 3 gallon nước đầu tiên. Khoản 3 đô la mất đi này chính là sự chênh lệch giữa mức giá của gallon nước thứ 4 (7 đô la) và doanh thu biên của gallon nước thứ 4 (4 đô la).

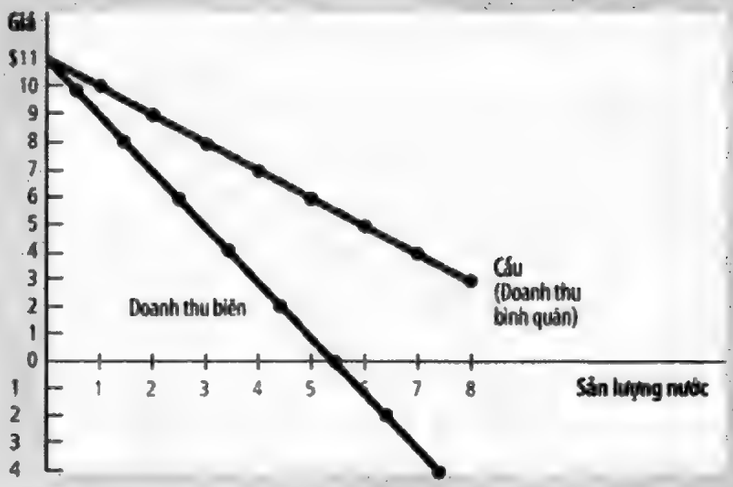
Doanh thu biên của các doanh nghiệp độc quyền có nhiều điểm khác biệt so với doanh thu biên của các doanh nghiệp cạnh tranh. Khi doanh nghiệp độc quyền tăng sản lượng bán ra, hành vi này sẽ gây ra hai hiệu ứng lên tổng doanh thu (P x Q):

- *Hiệu ứng sản lượng*: Sản lượng bán ra nhiều hơn, đồng nghĩa Q cao hơn, điều này sẽ dẫn tới xu hướng tăng lên của tổng doanh thu.

Hình 3

Đường cầu và Đường doanh thu biên của doanh nghiệp độc quyền

Đường cầu cho thấy sản lượng tác động tới giá bán như thế nào. Trong khi đó đường doanh thu biên cho thấy doanh thu của doanh nghiệp độc quyền thay đổi bao nhiêu khi sản lượng tăng lên 1 đơn vị. Bởi vì giá của tất cả các đơn vị bán ra phải giảm khi doanh nghiệp độc quyền tăng sản lượng, doanh thu biên luôn thấp hơn giá bán.



- *Hiệu ứng giá*: Giá giảm, đồng nghĩa P thấp hơn, điều này sẽ dẫn tới xu hướng giảm tổng doanh thu.

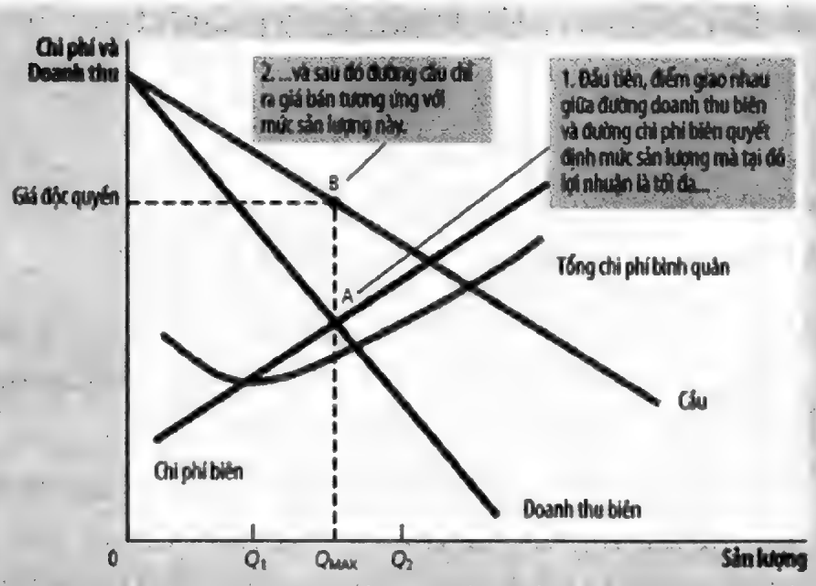
Bởi vì doanh nghiệp cạnh tranh có thể bán bất cứ mức sản lượng nào họ muốn tại mức giá thị trường, do đó họ không chịu tác động của hiệu ứng giá. Khi họ tăng tổng sản lượng lên 1 đơn vị, họ sẽ nhận mức giá thị trường cho 1 đơn vị tăng thêm đó và mức giá nhận được này không hề thấp hơn so với mức giá của các đơn vị sản phẩm đã được bán trước đó. Điều này là bởi vì, doanh nghiệp cạnh tranh là người chấp nhận giá, cho nên doanh thu biên của họ bằng với giá bán. Ngược lại, khi doanh nghiệp độc quyền tăng tổng sản lượng lên 1 đơn vị, họ phải giảm giá bán xuống và điều này sẽ làm giảm doanh thu thu được từ các đơn vị sản phẩm đã được bán trước đó. Hệ quả là doanh thu biên của của doanh nghiệp độc quyền luôn thấp hơn giá bán.

Hình 3 thể hiện đường cầu và đường doanh thu biên của một doanh nghiệp độc quyền. (Do giá bán của họ lên bằng với doanh thu bình quân, đường cầu cũng chính là đường doanh thu bình quân). Hai đường này luôn luôn bắt đầu tại cùng một điểm trên trục tung do doanh thu biên của đơn vị sản phẩm bán ra đầu tiên bằng với giá bán. Tuy nhiên, bởi vì lý do mà chúng ta vừa thảo luận ở trên, kể từ đơn vị sản phẩm thứ 2 trở đi, doanh thu biên của doanh nghiệp độc quyền luôn thấp hơn giá bán, do đó đường doanh thu biên của họ nằm dưới đường cầu.

Bạn có thể thấy ở Hình 3 (cũng như trong Bảng 1), doanh thu biên thậm chí còn có thể bị âm. Doanh thu biên nhỏ hơn 0 khi hiệu ứng giá đối với doanh thu lớn hơn hiệu ứng sản lượng. Trong trường hợp này, khi doanh nghiệp độc quyền tăng sản lượng thêm một đơn vị, giá sẽ giảm một mức đủ để làm cho tổng doanh thu giảm xuống, ngay cả khi doanh nghiệp đang bán được nhiều sản phẩm hơn.

Tối đa hóa lợi nhuận

Sau khi nghiên cứu doanh thu của một doanh nghiệp độc quyền, chúng ta sẽ tiếp tục nghiên cứu xem doanh nghiệp này tối đa hóa lợi nhuận bằng cách nào. Trong Chương 1, chúng ta từng nhắc đến một trong *Mười Nguyên lý của Kinh tế học* là những người duy lý suy nghĩ tại điểm cận biên. Nguyên lý này đúng cho cả doanh



Hình 4
Tối đa hóa lợi nhuận đối với doanh nghiệp độc quyền

Một doanh nghiệp độc quyền tối đa hóa lợi nhuận bằng cách chọn mức sản lượng mà tại đó doanh thu biên bằng chi phí biên (điểm A). Sau đó, họ sử dụng đường cầu để tìm ra mức giá mà khách hàng mua hết mức sản lượng đó (điểm B).

nghiệp độc quyền và doanh nghiệp cạnh tranh. Trong phần này, chúng ta sẽ áp dụng những phân tích về điểm cận biên vào các quyết định của doanh nghiệp độc quyền về mức sản lượng sản xuất.

Hình 4 biểu thị đường cầu, đường doanh thu biên và đường chi phí của một doanh nghiệp độc quyền. Tất cả những đường này có nhiều đặc điểm quen thuộc: đường cầu và đường doanh thu biên trong hình này giống như trong Hình 3, còn các đường chi phí thì giống như các đường chi phí mà chúng ta đã thấy ở hai chương trước. Những đường này chứa đựng tất cả các thông tin cần thiết giúp chúng ta xác định mức sản lượng nào doanh nghiệp độc quyền sẽ chọn để có thể tối đa hóa lợi nhuận.

Đầu tiên, hãy giả định rằng doanh nghiệp độc quyền này đang sản xuất ở một mức sản lượng thấp Q_1. Trong trường hợp này, chi phí biên nhỏ hơn doanh thu biên. Giả sử doanh nghiệp tăng tổng mức sản lượng lên 1 đơn vị, phần doanh thu tăng thêm sẽ lớn hơn so với chi phí phát sinh thêm, và do đó lợi nhuận sẽ tăng lên. Vì vậy, khi chi phí biên nhỏ hơn doanh thu biên, doanh nghiệp có thể tăng lợi nhuận bằng cách tăng sản lượng.

Điều này cũng được áp dụng cho các mức sản lượng cao, chẳng hạn như Q_2. Trong trường hợp này, chi phí biên lớn hơn doanh thu biên. Nếu doanh nghiệp giảm sản lượng đi một đơn vị, thì chi phí tiết kiệm được sẽ lớn hơn phần doanh thu mất đi. Vì vậy, khi chi phí biên lớn hơn doanh thu biên, doanh nghiệp có thể tăng lợi nhuận bằng cách giảm sản lượng.

Cuối cùng, doanh nghiệp độc quyền điều chỉnh mức sản lượng cho tới khi đạt tới Q_{MAX}, tại điểm này doanh thu biên bằng với chi phí biên. *Do đó, mức sản lượng mà tại đó doanh nghiệp độc quyền có thể tối đa hóa lợi nhuận được xác định bằng cách lấy điểm giao nhau giữa đường doanh thu biên và đường chi phí biên.* Ở trên Hình 4, điểm giao nhau này là A.

Trong chương trước, chúng ta đã biết các doanh nghiệp cạnh tranh cũng chọn mức sản lượng tại điểm doanh thu biên bằng chi phí biên. Doanh nghiệp cạnh tranh và doanh nghiệp độc quyền giống nhau khi tuân theo nguyên tắc tối đa hóa lợi nhuận này. Tuy nhiên, có một điểm khác biệt quan trọng giữa hai loại hình

doanh nghiệp này đó là: doanh thu biên của một doanh nghiệp cạnh tranh bằng giá bán, trong khi đó doanh thu biên của doanh nghiệp độc quyền lại thấp hơn giá bán. Do đó, ta có:

Đối với doanh nghiệp cạnh tranh: $P = MR = MC$.
Đối với doanh nghiệp độc quyền: $P > MR = MC$.

Điểm cân bằng giữa doanh thu biên và chi phí biên xác định mức sản lượng mà tại đó cả hai loại hình doanh nghiệp đạt được mức lợi nhuận tối đa. Sự khác biệt nằm ở mối quan hệ giữa giá bán với doanh thu biên và chi phí biên.

Vậy bằng cách nào doanh nghiệp độc quyền xác định mức giá mà tại đó họ có thể đạt được mức lợi nhuận tối đa? Đường cầu sẽ trả lời cho câu hỏi này bởi vì nó cho thấy mối quan hệ giữa mức giá mà khách hàng sẵn lòng trả và lượng hàng hóa được bán ra. Vì vậy, sau khi doanh nghiệp độc quyền đã chọn được mức sản lượng bán ra mà tại đó doanh thu biên bằng chi phí biên, họ sử dụng đường cầu để tìm ra mức giá cao nhất mà họ có thể bán hết mức sản lượng đó. Trong Hình 4, mức giá mà tại đó doanh nghiệp độc quyền đạt được lợi nhuận tối đa là điểm B.

Như vậy, chúng ta có thể thấy được rằng, điểm khác biệt chính yếu giữa thị trường cạnh tranh và thị trường độc quyền là: *trong thị trường cạnh tranh, giá bán bằng chi phí biên; ngược lại, trong thị trường độc quyền, giá bán cao hơn chi phí biên*. Phát hiện này là cực kỳ quan trọng để hiểu được tổn thất xã hội do sự độc quyền gây ra mà chúng ta sẽ thấy ngay sau đây.

BẠN CÓ BIẾT

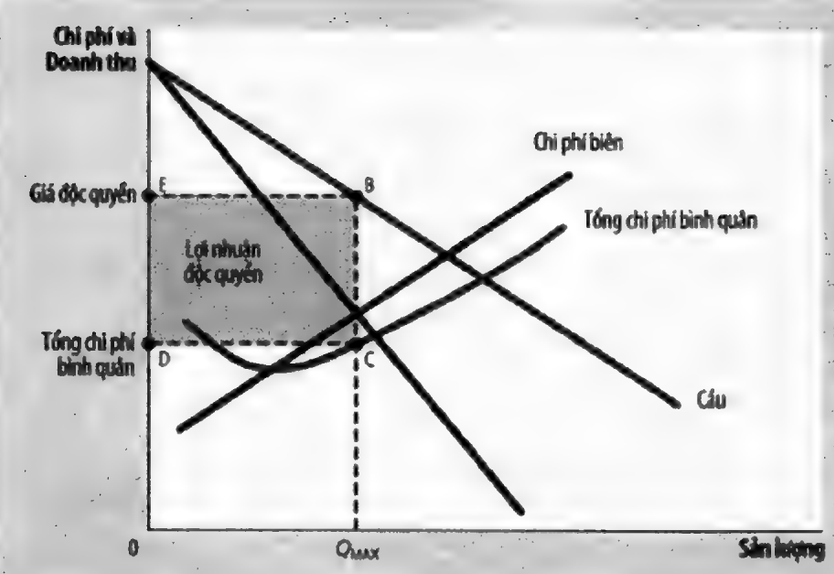
Tại sao doanh nghiệp độc quyền không có đường cung

Có thể bạn từng để ý rằng chúng ta đã sử dụng đường cầu thị trường và đường chi phí của doanh nghiệp để phân tích giá bán của hàng hóa trong thị trường độc quyền.

Tuy nhiên, chúng ta vẫn chưa đề cập tới đường cung thị trường. Ngược lại, khi chúng ta bắt đầu phân tích giá cả trong các thị trường cạnh tranh từ Chương 4 trở lại đây, hai từ quan trọng nhất luôn là *cung* và *cầu*

Điều gì đã xảy ra với đường cung? Mặc dù các doanh nghiệp độc quyền tự đưa ra các quyết định về mức sản lượng bán ra (như đã được phân tích ở trên), nhưng họ không có đường cung. Đường cung cho chúng ta biết mức sản lượng mà các doanh nghiệp sẽ cung cấp cho thị trường với một mức giá cho sẵn. Khái niệm này đúng cho các doanh nghiệp cạnh tranh, những người chấp nhận giá. Nhưng doanh nghiệp độc quyền lại khác, vì họ là người quyết định giá bán. Vì vậy thật vô nghĩa khi đặt câu hỏi về mức sản lượng mà doanh nghiệp độc quyền sẽ cung cấp ra thị trường tại bất cứ mức giá nào bởi chính họ là người quyết định mức giá bán cũng như mức sản lượng để cung cấp cho thị trường.

Trên thực tế, các quyết định về mức sản lượng cung cấp cho thị trường của các doanh nghiệp độc quyền luôn gắn liền với đường cầu của họ. Hình dạng của đường này sẽ quyết định hình dạng đường doanh thu biên – cũng chính là đường giúp xác định mức sản lượng mà tại đó lợi nhuận của doanh nghiệp độc quyền được tối đa hóa. Trong thị trường cạnh tranh, đường cầu không được sử dụng khi phân tích các quyết định về mức sản lượng, nhưng đối với thị trường độc quyền thì lại khác. Đó cũng là lý do tại sao chúng ta không bao giờ nhắc đến đường cung của doanh nghiệp độc quyền.



Hình 5
Lợi nhuận của doanh nghiệp độc quyền

Diện tích hình EBCD tương ứng với mức lợi nhuận của doanh nghiệp độc quyền. Chiều cao BC của hình bằng giá độc quyền trừ đi tổng chi phí bình quân, cũng chính là lợi nhuận bình quân thu được từ mỗi sản phẩm bán ra. Chiều ngang DC là số lượng sản phẩm bán được.

Lợi nhuận của doanh nghiệp độc quyền

Vậy doanh nghiệp độc quyền thu được bao nhiêu lợi nhuận? Để biết được lợi nhuận của doanh nghiệp độc quyền được thể hiện như thế nào trên đồ thị, cần nhắc lại lợi nhuận bằng tổng doanh thu (*TR*) trừ đi tổng chi phí (*TC*).

$$\text{Lợi nhuận} = TR - TC.$$

Công thức này có thể được viết lại như sau:

$$\text{Lợi nhuận} = (TR/Q - TC/Q) \times Q.$$

Trong đó: TR/Q là doanh thu bình quân, hay chính là giá bán (P), và TC/Q là tổng chi phí bình quân (ATC). Do đó ta có:

$$\text{Lợi nhuận} = (P - ATC) \times Q.$$

Công thức tính lợi nhuận này (cũng được áp dụng cho các doanh nghiệp cạnh tranh) cho phép chúng ta đo lường lợi nhuận của các doanh nghiệp độc quyền như trong đồ thị ở trên.

Chúng ta hãy xem xét phần được tô đậm trong Hình 5. Chiều cao của hình (cạnh BC) bằng giá độc quyền trừ đi tổng chi phí bình quân $P - ATC$, cũng chính là lợi nhuận bình quân thu được trên mỗi sản phẩm bán ra. Chiều ngang của hình (cạnh DC) là sản lượng bán ra, Q_{MAX}. Do đó, diện tích của hình BCDE chính là tổng lợi nhuận mà doanh nghiệp độc quyền thu được.

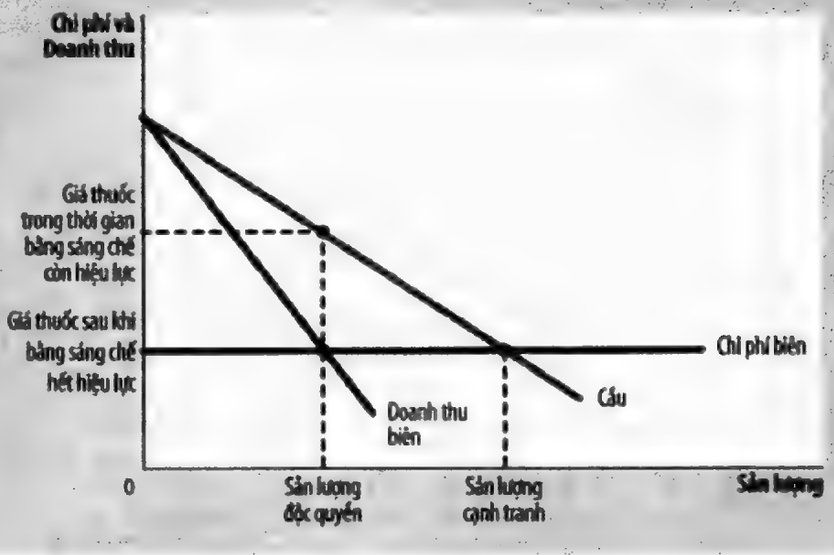
NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG

Dược phẩm độc quyền và thuốc thay thế

Như chúng ta đã phân tích, thị trường độc quyền và thị trường cạnh tranh xác định giá bán theo các cách khác nhau. Trên thực tế, thị trường dược phẩm là nơi chúng ta có thể kiểm chứng lý thuyết này bởi nó có cả hai loại cấu trúc thị trường.

Hình 6
Thị trường các loại dược phẩm

Ở thời điểm bằng sáng chế mang lại độc quyền cho một doanh nghiệp được bán một loại dược phẩm, doanh nghiệp này sẽ bán sản phẩm của họ ở mức giá độc quyền, cao hơn rất nhiều so với chi phí biên của việc sản xuất ra nó. Khi bằng sáng chế hết hiệu lực, các doanh nghiệp mới nhảy vào thị trường này, làm tăng tính cạnh tranh của thị trường. Kết quả là giá bán giảm từ mức giá độc quyền xuống bằng mức chi phí biên.



Khi một công ty dược bào chế ra một loại thuốc mới, bằng sáng chế sẽ cho họ độc quyền bán loại thuốc này. Song cuối cùng, bằng sáng chế cũng hết hiệu lực và các công ty khác có thể sản xuất và bán loại thuốc này. Lúc đó, thị trường chuyển từ dạng độc quyền sang cạnh tranh.

Điều gì sẽ xảy ra với giá của một loại thuốc khi bằng sáng chế của nó hết hiệu lực? Hình 6 minh họa cho thị trường của một loại dược phẩm thông thường. Trong hình này, chi phí biên của việc sản xuất ra loại thuốc này là không đổi. (Trên thực tế, điều này cũng gần đúng cho nhiều loại dược phẩm). Trong suốt thời gian bằng sáng chế vẫn còn hiệu lực, doanh nghiệp độc quyền tối đa hóa lợi nhuận bằng cách sản xuất tại mức sản lượng có doanh thu biên bằng chi phí biên và bán ra ở mức giá cao hơn so với chi phí biên. Tuy nhiên, khi bằng sáng chế hết hiệu lực, lợi nhuận từ việc sản xuất loại thuốc này sẽ thu hút các doanh nghiệp khác tham gia vào thị trường. Lúc đó, thị trường trở nên cạnh tranh hơn, giá bán sẽ giảm xuống bằng chi phí biên.

Những diễn biến thực tế trên thị trường dược phẩm cũng tương tự với lý thuyết này. Khi bằng sáng chế của một loại dược phẩm hết hạn, các công ty khác ngay lập tức nhảy vào và bắt đầu bán các loại sản phẩm với các thành phần hóa học tương tự như loại dược phẩm mang nhãn hiệu của nhà độc quyền trước đây. Các sản phẩm này được gọi là dược phẩm thay thế. Và đúng như những gì chúng ta dự đoán trong phân tích ở trên, giá của các loại dược phẩm thay thế cạnh tranh thấp hơn rất nhiều so với giá bán của nhà độc quyền.

Tuy nhiên, việc một bằng sáng chế hết hạn không làm cho doanh nghiệp độc quyền mất đi toàn bộ quyền lực thị trường của họ. Nhiều khách hàng vẫn trung thành với nhãn hiệu thuốc này, có lẽ vì họ sợ rằng các sản phẩm mới không hoàn toàn giống với loại thuốc mà họ vẫn sử dụng nhiều năm nay. Do đó, doanh nghiệp độc quyền trước kia vẫn có thể tiếp tục bán ở mức giá cao hơn so với giá bán của các đối thủ cạnh tranh mới xuất hiện.

Ví dụ, một trong những loại thuốc chống trầm cảm được sử dụng rộng rãi nhất hiện nay là thuốc fluoxetine, có số lượng khách hàng lên tới hàng triệu người ở Hoa Kỳ. Vì bằng sáng chế của fluoxetine hết hiệu lực vào năm 2001, ngày nay

khách hàng có thể lựa chọn hoặc là mua fluoxetine chính hãng được bán dưới nhãn hiệu Prozac, hoặc là một phiên bản khác tương tự. Hiện nay Prozac được bán ở mức giá cao hơn khoảng ba lần so với một loại fluoxetine nhãn hiệu khác. Sự khác biệt về giá vẫn được duy trì là bởi vì nhiều khách hàng cho rằng fluoxetine nhãn hiệu khác không chất lượng bằng Prozac. ■

KIỂM TRA NHANH: *Hãy giải thích cách thức mà doanh nghiệp độc quyền chọn mức sản lượng để sản xuất và mức giá bán ra?*

TỔN THẤT PHÚC LỢI DO ĐỘC QUYỀN GÂY RA

Liệu độc quyền có phải là một cách tốt để tổ chức thị trường hay không? Chúng ta đã thấy rằng, trái ngược với doanh nghiệp cạnh tranh, doanh nghiệp độc quyền bán sản phẩm của họ ở mức giá cao hơn chi phí biên. Từ phương diện của khách hàng, mức giá cao này làm cho họ không yêu thích độc quyền. Trong khi đó, các doanh nghiệp độc quyền lại thu được lợi nhuận từ mức giá cao này. Từ quan điểm của những người chủ doanh nghiệp độc quyền, mức giá cao làm cho họ luôn mong muốn duy trì sự độc quyền. Liệu những lợi ích mà chủ doanh nghiệp độc quyền đạt được có lớn hơn những chi phí mà người tiêu dùng phải chịu tới mức nó làm cho sự độc quyền trở thành một điều mong muốn nếu đứng trên lợi ích của toàn xã hội?

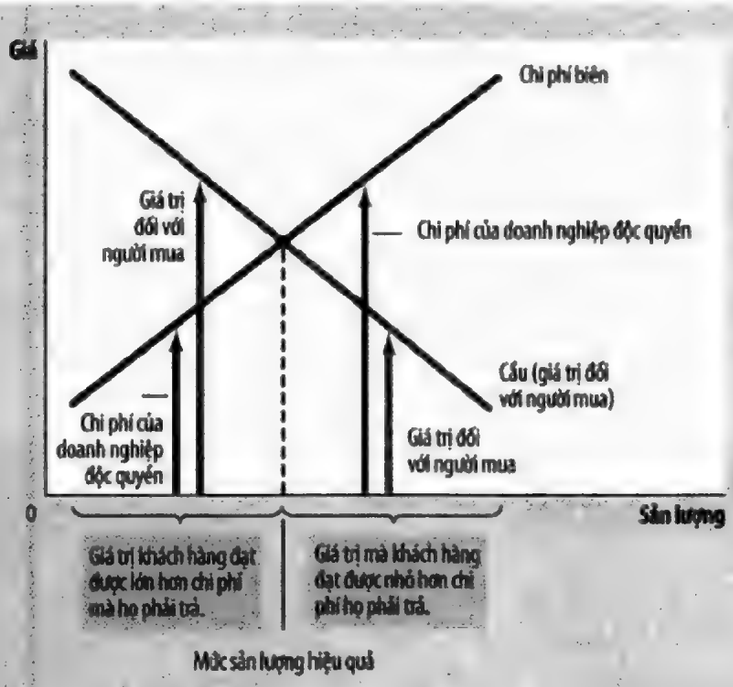
Chúng ta có thể trả lời câu hỏi này bằng cách sử dụng các công cụ của kinh tế học phúc lợi. Như đã phân tích trong Chương 7, tổng thặng dư được sử dụng để đo lường phúc lợi kinh tế của người mua và người bán trong một thị trường. Tổng thặng dư là tổng của thặng dư của người tiêu dùng và thặng dư của nhà sản xuất.

Thặng dư của người tiêu dùng là sự sẵn lòng chi trả của họ cho một loại hàng hóa trừ đi số tiền mà họ thực tế phải trả. Thặng dư của nhà sản xuất là số tiền mà họ nhận được khi bán được một sản phẩm trừ đi chi phí sản xuất sản phẩm đó. Trong trường hợp mà chúng ta đang xem xét, chỉ có duy nhất một nhà sản xuất – chính là doanh nghiệp độc quyền.

Có lẽ bạn cũng có thể hình dung ra kết quả của phân tích này. Trong Chương 7, chúng ta đã đi đến kết luận rằng điểm cân bằng giữa cung và cầu trong thị trường cạnh tranh không chỉ là một kết quả tự nhiên mà còn là một điều được mong chờ. Bàn tay vô hình của thị trường sẽ phân bổ các nguồn lực sao cho tổng thặng dư đạt được luôn ở mức lớn nhất có thể. Doanh nghiệp độc quyền phân bổ các nguồn lực theo một cách khác với các doanh nghiệp trong thị trường cạnh tranh, do đó theo một nghĩa nào đấy, nó dẫn tới sự thất bại trong việc tối đa hóa tổng phúc lợi kinh tế.

Tổn thất vô ích

Chúng ta hãy bắt đầu bằng cách xét xem doanh nghiệp độc quyền sẽ làm gì nếu nó được điều hành bởi một nhà hoạch định xã hội tốt bụng. Nhà hoạch định xã hội này không chỉ quan tâm tới lợi nhuận mà chủ doanh nghiệp thu được, mà còn cả



Hình 7
Mức sản lượng hiệu quả

Nhà hoạch định xã hội tốt bụng với mong muốn tối đa hóa tổng thặng dư trên thị trường sẽ chọn mức sản lượng mà ở đó đường cầu và đường chi phí biên giao nhau. Dưới mức này, giá trị của hàng hóa đối với người mua cận biên (giống như được phản ánh trên đường cầu) sẽ lớn hơn chi phí biên để sản xuất ra hàng hóa đó. Lớn hơn mức sản lượng này, giá trị hàng hóa đối với người mua cận biên sẽ nhỏ hơn chi phí biên.

những lợi ích mà khách hàng của doanh nghiệp này nhận được. Ông ta sẽ cố gắng tối đa hóa tổng thặng dư, là tổng của thặng dư (lợi nhuận) của nhà sản xuất và thặng dư của người tiêu dùng. Hãy nhớ rằng tổng thặng dư bằng giá trị của hàng hóa đối với khách hàng trừ đi các chi phí phát sinh trong quá trình sản xuất hàng hóa đó của doanh nghiệp độc quyền.

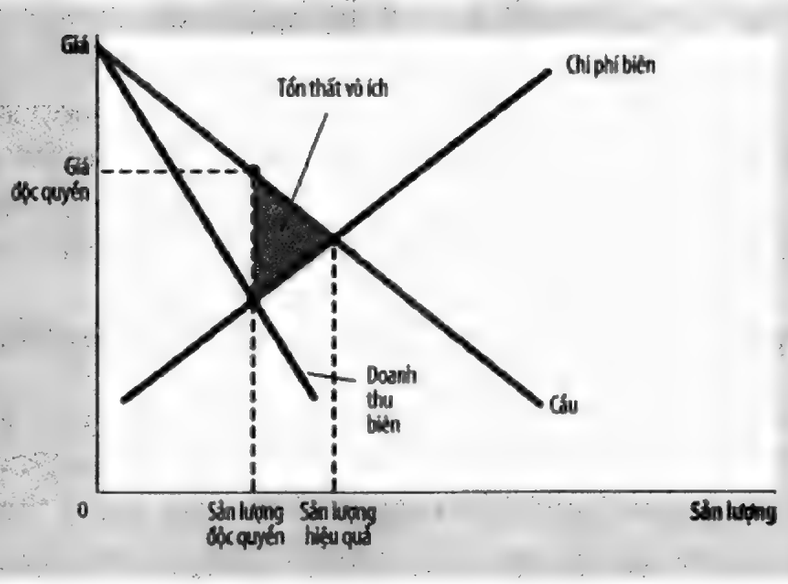
Hình 7 phân tích việc nhà hoạch định xã hội tốt bụng này sẽ chọn mức sản lượng độc quyền như thế nào. Đường cầu phản ánh giá trị của hàng hóa đối với khách hàng và được đo lường bằng sự sẵn lòng chi trả của khách hàng cho hàng hóa đó. Đường chi phí biên phản ánh những chi phí mà doanh nghiệp độc quyền phải trả. Do đó, *mức sản lượng có hiệu quả xã hội được xác định tại điểm giao nhau giữa đường cầu và đường chi phí biên.*

Dưới mức sản lượng này, giá trị của mỗi đơn vị hàng hóa tăng thêm mà khách hàng nhận được sẽ lớn hơn chi phí của việc cung ứng nó và do đó việc tăng sản lượng sẽ làm tăng tổng thặng dư. Trên mức sản lượng này, chi phí của việc sản xuất thêm một đơn vị hàng hóa sẽ lớn hơn giá trị mà khách hàng nhận được từ đơn vị hàng hóa đó, và do vậy giảm sản lượng sẽ làm tăng tổng thặng dư. Tại mức sản lượng tối ưu, giá trị mà khách hàng nhận được từ mỗi đơn vị hàng hóa tăng thêm sẽ bằng với chi phí biên của quá trình sản xuất.

Nếu một nhà hoạch định xã hội tốt bụng điều hành doanh nghiệp độc quyền, doanh nghiệp này có thể đạt được mức hiệu quả bằng cách chọn mức giá được tìm thấy tại điểm giao nhau giữa đường cầu và đường chi phí biên. Do vậy, nhà hoạch định xã hội sẽ chọn mức giá bằng chi phí biên tương tự như doanh nghiệp cạnh tranh, nhưng lại khác ở chỗ tối đa hóa lợi nhuận của doanh nghiệp độc quyền. Điều này là bởi vì, mức giá này sẽ cho khách hàng một tín hiệu chính xác về chi phí sản xuất hàng hóa và họ sẽ biết cách mua để đạt được mức sản lượng hiệu quả.

Hình 8
Tính không hiệu quả của độc quyền

Do doanh nghiệp độc quyền bán ở mức giá cao hơn chi phí biên, cho nên không phải tất cả khách hàng đều đánh giá giá trị của hàng hóa cao hơn chi phí để mua nó. Do đó, mức sản lượng mà doanh nghiệp độc quyền sản xuất và bán ra thị trường thấp hơn so với mức sản lượng đạt hiệu quả xã hội. Những tổn thất vô ích được thể hiện bằng diện tích của hình tam giác được tạo thành bởi đường cầu (là đường phản ánh giá trị của hàng hóa đối với khách hàng) và đường chi phí biên (là đường phản ánh chi phí của nhà sản xuất độc quyền)



Bằng cách so sánh mức sản lượng mà doanh nghiệp độc quyền chọn để sản xuất với mức sản lượng mà nhà hoạch định xã hội chọn, chúng ta có thể đánh giá được những tác động về mặt phúc lợi của sự độc quyền. Như chúng ta đã biết, doanh nghiệp độc quyền sản xuất và bán ra tại mức sản lượng là điểm giao nhau giữa đường doanh thu biên và đường chi phí biên, trong khi đó mức sản lượng mà nhà hoạch định xã hội chọn lại là điểm giao nhau giữa đường cầu và đường chi phí biên. Hình 8 sẽ cho chúng ta thấy rõ hơn sự so sánh này. *Doanh nghiệp độc quyền sản xuất ở mức sản lượng thấp hơn mức sản lượng hiệu quả xã hội.*

Thông qua giá độc quyền, chúng ta cũng có thể thấy được tính chất không hiệu quả của độc quyền. Bởi vì đường cầu thị trường biểu diễn mối quan hệ nghịch biến giữa giá và sản lượng, mức giá cao hơn mức hiệu quả sẽ đồng nghĩa với mức sản lượng thấp hơn mức đạt hiệu quả. Khi doanh nghiệp độc quyền bán sản phẩm ở mức giá cao hơn chi phí biên, một số khách hàng tiềm năng của họ sẽ đánh giá giá trị của hàng hóa cao hơn chi phí biên của nó nhưng lại thấp hơn giá độc quyền. Do vậy, họ sẽ không mua sản phẩm này. Điều này là bởi vì giá trị mà họ gắn cho sản phẩm lớn hơn chi phí sản xuất ra nó và do đó kết quả là không đạt được mức hiệu quả. Vì vậy, việc định giá của doanh nghiệp độc quyền cản trở các giao dịch thương mại có lợi cho cả hai bên.

Tính không hiệu quả của độc quyền được đo lường bằng tam giác tổn thất vô ích trong Hình 8. Do đường cầu phản ánh giá trị của hàng hóa đối với khách hàng và đường chi phí biên phản ánh chi phí của nhà sản xuất độc quyền, diện tích của tam giác tổn thất vô ích giữa đường cầu và đường chi phí biên chính là tổng thặng dư bị mất đi do quá trình làm giá của doanh nghiệp độc quyền. Đây cũng chính là phần mất đi trong phúc lợi kinh tế mà nguyên nhân là do doanh nghiệp độc quyền sử dụng quyền lực thị trường của họ.

Những tổn thất vô ích do độc quyền gây ra cũng giống như những tổn thất vô ích do thuế gây ra. Do đó, doanh nghiệp độc quyền thực chất cũng giống như những nhà thu thuế tư nhân. Như chúng ta đã thấy trong Chương 8, thuế đánh vào hàng hóa tạo ra một khoảng cách giữa sự sẵn lòng chi trả của khách hàng (được phản ánh trên đường cầu) và chi phí của nhà sản xuất (được phản ánh trên

đường cung). Doanh nghiệp độc quyền tận dụng quyền lực thị trường bằng cách bán ở mức giá cao hơn chi phí biên, do đó họ cũng tạo ra khảng cách tương tự. Ở cả hai trường hợp, những khoảng này làm cho sản lượng hàng hóa bán được giảm xuống mức thấp hơn mức sản lượng tối ưu về mặt xã hội. Sự khác biệt giữa hai trường hợp này là trong khi chính phủ nhận được nguồn thu từ thuế, thì lợi nhuận độc quyền lại chảy về túi các doanh nghiệp tư nhân.

Liệu lợi nhuận độc quyền có phải là một sự tổn thất xã hội?

Người ta rất dễ kết tội doanh nghiệp độc quyền là trục lợi từ chi tiêu của dân chúng. Và thực tế cũng cho thấy doanh nghiệp độc quyền thu về nhiều lợi nhuận hơn nhờ quyền lực thị trường của họ. Tuy nhiên theo những phân tích kinh tế về độc quyền, lợi nhuận của doanh nghiệp độc quyền không phải lúc nào cũng là một tổn thất đối với xã hội.

Giống như các thị trường khác, phúc lợi trên thị trường độc quyền cũng bao gồm phúc lợi của người tiêu dùng và của nhà sản xuất. Mỗi khi người tiêu dùng phải trả thêm 1 đô la do độc quyền thì họ bị thiệt 1 đô la còn nhà sản xuất thì được lợi 1 đô la đó. Sự hoán đổi của 1 đô la từ túi người tiêu dùng sang túi nhà sản xuất không làm thay đổi tổng thặng dư trên thị trường – là tổng thặng dư của người tiêu dùng và của nhà sản xuất. Hay nói cách khác, lợi nhuận độc quyền bản thân nó không làm giảm đi chiếc bánh kinh tế mà chỉ làm cho miếng bánh của nhà sản xuất lớn hơn trong khi thu hẹp miếng bánh của người tiêu dùng. Ngoại trừ một lý do nào đó mà người tiêu dùng đáng được hưởng lợi hơn nhà sản xuất – một đánh giá chuẩn tắc về sự công bằng, vượt ra ngoài ranh giới của hiệu quả kinh tế – thì lợi nhuận độc quyền không phải là một vấn đề tiêu cực của xã hội.

Vấn đề đối với thị trường độc quyền nảy sinh khi họ sản xuất và bán ở mức sản lượng thấp hơn mức sản lượng mà ở đó tổng thặng dư đạt được mức tối đa. Do đó, tổn thất vô ích cho biết chiếc bánh kinh tế bị thu hẹp đi bao nhiêu. Sự mất mát này có mối quan hệ với mức giá cao mà doanh nghiệp độc quyền đặt ra: người tiêu dùng sẽ mua ít hàng hóa hơn khi doanh nghiệp độc quyền tăng giá bán lên trên mức chi phí biên. Tuy nhiên, chúng ta cần nhớ rằng lợi nhuận thu được từ việc bán những sản phẩm ở mức giá cao hơn không phải là một tổn thất xã hội. Vấn đề nằm ở chỗ doanh nghiệp độc quyền đang sản xuất ở mức sản lượng thấp hơn mức sản lượng hiệu quả. Ngược lại, nếu mức giá cao mà doanh nghiệp độc quyền đặt ra không làm giảm sức mua trên thị trường, thì nó sẽ làm tăng thặng dư của nhà sản xuất một lượng bằng lượng giảm xuống trong thặng dư của người tiêu dùng. Điều này có nghĩa là tổng thặng dư vẫn không đổi giống như trường hợp doanh nghiệp độc quyền được điều hành bởi một nhà hoạch định xã hội tốt bụng.

Tuy nhiên, vẫn có một trường hợp ngoại lệ có thể xảy ra. Giả sử như doanh nghiệp độc quyền phải trả thêm một khoản phí để duy trì vị trí độc quyền của nó. Ví dụ, một doanh nghiệp có được độc quyền do nhà nước bảo hộ, cần tuyển thêm những nhà vận động hành lang để thuyết phục các cơ quan chức năng cho phép duy trì vị trí độc quyền của họ. Trong trường hợp này, doanh nghiệp độc quyền sẽ sử dụng một phần lợi nhuận thu được từ sự độc quyền để trả cho những chi phí

phát sinh này. Nếu vậy, tổn thất xã hội từ sự độc quyền sẽ bao gồm cả những chi phí này và những tổn thất vô ích do mức giá cao hơn chi phí biên gây ra.

KIỂM TRA NHANH: *Mức sản lượng của doanh nghiệp độc quyền và mức sản lượng tối đa hóa tổng thặng dư khác nhau như thế nào? Sự khác biệt này có mối quan hệ như thế nào với khái niệm tổn thất vô ích?*

PHÂN BIỆT GIÁ

Từ trước đến nay chúng ta luôn giả định doanh nghiệp độc quyền bán sản phẩm của họ cho tất cả các khách hàng ở một mức giá giống nhau. Nhưng có nhiều trường hợp, một sản phẩm được bán ở các mức giá khác nhau cho các đối tượng khách hàng khác nhau, dù chi phí của việc sản xuất ra những sản phẩm này là như nhau. Hành vi này được gọi là **phân biệt giá**[1].

Trước khi tìm hiểu về hành vi của doanh nghiệp độc quyền có sự phân biệt về giá, chúng ta cần lưu ý trong thị trường cạnh tranh không tồn tại việc phân biệt giá bán bởi vì có quá nhiều doanh nghiệp cùng bán các sản phẩm giống nhau. Không một doanh nghiệp nào chịu bán một mức giá thấp hơn cho bất cứ khách hàng nào vì họ có thể bán bất kỳ lượng sản phẩm nào mà họ muốn ở mức giá thị trường. Ngược lại, nếu có doanh nghiệp nào muốn bán ở mức giá cao hơn cho một khách hàng thì người khách này sẽ tìm tới doanh nghiệp khác. Để có thể phân biệt giá bán, doanh nghiệp cần phải có quyền lực thị trường ở một mức độ nhất định.

Câu chuyện về sự phân biệt giá

Để hiểu lý do tại sao doanh nghiệp độc quyền lại có sự phân biệt về giá, chúng ta hãy xem ví dụ sau đây. Giả sử bạn là giám đốc của một công ty xuất bản có tên gọi là Readalot. Tác giả có sách bán chạy nhất của nhà xuất bản vừa viết một cuốn tiểu thuyết mới. Để cho mọi thứ đơn giản, hãy giả định rằng bạn trả cho tác giả này 2 triệu đô la trọn gói để độc quyền xuất bản tác phẩm mới. Chúng ta cũng giả sử phí in sách bằng không. Vậy lợi nhuận mà Readalot thu được sẽ bằng doanh thu từ việc bán sách trừ đi 2 triệu đô la trả cho tác giả. Với những giả thuyết như vậy, với tư cách là giám đốc của Readalot, bạn sẽ quyết định giá bán của cuốn sách này như thế nào?

Bước đầu tiên bạn cần làm là tính toán lượng cầu của cuốn sách. Bộ phận marketing của công ty cho bạn biết cuốn sách được chú ý bởi hai dạng độc giả. Đó là 100.000 bạn đọc rất hâm mộ tác phẩm và họ sẵn lòng trả tới 30 đô la để mua nó. Ngoài ra, cuốn sách cũng có 400.000 bạn đọc ít hâm mộ hơn chỉ sẵn lòng trả cao nhất 5 đô la để mua nó.

---

1. **Phân biệt giá**: hành vi bán một hàng hóa nào đó theo những mức giá khác nhau cho những khách hàng khác nhau.

Nếu Readalot bán một mức giá như nhau cho tất cả các khách hàng, mức giá nào sẽ giúp công ty tối đa hóa được lợi nhuận. Có hai mức giá cần xem xét: 30 đô la là mức giá cao nhất và công ty vẫn có được 100.000 bạn đọc cuồng nhiệt, và 5 đô la là mức giá mà công ty có thể bán được cho toàn bộ 500.000 bạn đọc trên thị trường. Câu hỏi về mức giá bán của Readalot có thể được giải quyết bằng một bài toán số học đơn giản. Tại mức giá 30 đô la, công ty bán được 100.000 bản, thu về 3 triệu đô la và lợi nhuận là 1 triệu đô la. Ở mức giá 5 đô la, công ty bán được 500.000 bản, thu về 2,5 triệu đô la và lợi nhuận đạt được là 500.000 đô la. Do đó, để tối đa hóa lợi nhuận Readalot sẽ bán ở mức giá 30 đô la và bỏ qua 400.000 bạn đọc kém cuồng nhiệt hơn.

Cần lưu ý rằng quyết định này của Readalot sẽ tạo ra những tổn thất vô ích. Có 400.000 bạn đọc sẵn lòng trả 5 đô la cho cuốn sách, và chi phí biên của việc sản xuất ra nó bằng không. Do đó, khi công ty bán ở mức giá cao nhất, tổng thặng dư bị mất đi là 2 triệu đô la. Tổn thất vô ích này là một sự không hiệu quả và nó sẽ xuất hiện mỗi khi nhà độc quyền bán sản phẩm ở mức giá cao hơn chi phí biên.

Giả sử bộ phận marketing của công ty Readalot phát hiện ra rằng: hai nhóm khách hàng này nằm ở hai thị trường riêng biệt. Nhóm bạn đọc cuồng nhiệt sống ở Úc trong khi nhóm còn lại sống ở Hoa Kỳ. Ngoài ra, nhóm bạn đọc ở nước này sẽ khó lòng mua được sách ở nước kia.

Trong trường hợp này, Readalot sẽ thay đổi chiến lược marketing của họ và tăng lợi nhuận bằng cách: đối với 100.000 bạn đọc ở Úc, họ sẽ bán cuốn sách với giá 30 đô la, còn đối với 400.000 bạn đọc ở Hoa Kỳ họ sẽ bán cuốn sách ở mức 5 đô la. Như vậy, doanh thu thu được là 3 triệu đô la ở Úc và 2 triệu đô la ở Hoa Kỳ, tổng cộng lại là 5 triệu đô la.

Do đó lợi nhuận đạt được sẽ là 3 triệu đô la, lớn hơn rất nhiều so với mức lợi nhuận 1 triệu đô la khi công ty bán ở một mức giá chung cao nhất là 30 đô la cho khách hàng và Readalot đương nhiên sẽ chọn chính sách phân biệt giá này.

Câu chuyện về nhà xuất bản Readalot chỉ là một giả thuyết, nhưng nó mô tả chính xác hoạt động kinh doanh của nhiều nhà xuất bản trên thực tế. Chẳng hạn như các loại sách giáo khoa thường được bán ở châu Âu với giá thấp hơn so với ở Hoa Kỳ. Hành vi phân biệt giá còn được thể hiện rõ ràng hơn trong sự phân chia ra sách ra làm hai loại: bìa cứng và bìa mềm. Khi một nhà xuất bản có được một tác phẩm mới, ban đầu họ sẽ xuất bản ở dạng bìa cứng có giá bán cao, sau đó một thời gian họ mới phát hành dưới dạng bìa mềm với giá bán rẻ hơn. Bằng cách bán phiên bản bìa cứng cho những độc giả cuồng nhiệt và phiên bản bìa mềm cho những độc giả kém cuồn nhiệt hơn, nhà xuất bản đã có hành vi phân biệt giá và thu được lợi nhuận lớn hơn.

Ý nghĩa của câu chuyện

Giống như những câu chuyện ngụ ngôn khác, câu chuyện về nhà xuất bản Readalot đã được cách điệu hóa, nhưng nó mang lại chúng ta nhiều bài học. Cụ thể, câu chuyện này cung cấp cho chúng ta ba bài học về hành vi phân biệt giá.

Bài học đầu tiên và rõ ràng nhất là phân biệt giá là một chiến lược hợp lý để doanh nghiệp độc quyền tối đa hóa lợi nhuận. Cụ thể, bằng cách bán sản phẩm ở các mức giá khác nhau cho các đối tượng khách hàng khác nhau, doanh nghiệp độc quyền có thể tăng mức lợi nhuận. Điều đáng chú ý ở đây là doanh nghiệp độc quyền có chính sách phân biệt giá sẽ bán sản phẩm cho mỗi đối tượng khách hàng ở các mức giá gần bằng mức mà họ sẵn lòng trả, hơn là chính sách bán một giá.

Bài học thứ hai là hành vi phân biệt giá đòi hỏi doanh nghiệp phải có khả năng phân loại khách hàng dựa trên mức độ sẵn lòng chi tiêu của họ. Trong ví dụ ở trên, khách hàng được phân chia theo vùng địa lý. Tuy nhiên ở các trường hợp khác, doanh nghiệp độc quyền có thể phân loại khách hàng dựa trên các tiêu chí khác như tuổi tác, thu nhập.

Một hệ quả của bài học thứ hai là một số yếu tố thị thường có thể cản trở hoạt động phân biệt giá của doanh nghiệp. Cụ thể, một trong những yếu tố này là hoạt động kinh doanh chênh lệch giá, là hoạt động mua hàng từ một thị trường có giá thấp hơn sau đó bán lại trên một thị trường khác có giá cao hơn để hưởng lợi từ sự chênh lệch giá. Như ở ví dụ trên, nếu các nhà sách ở Úc có thể mua sách ở Hoa Kỳ để bán lại cho khách hàng ở Úc, hoạt động kinh doanh chênh lệch giá sẽ làm cản trở hoạt động phân biệt giá của Readalot bởi vì sẽ không có người Úc nào chịu mua cuốn sách đó ở mức giá cao hơn.

Điều ngạc nhiên nhất là bài học thứ ba từ câu chuyện của chúng ta: việc phân biệt giá có thể làm gia tăng phúc lợi kinh tế. Như chúng ta đã biết, tổn thất vô ích xuất hiện khi Readalot bán một mức giá duy nhất là 30 đô la bởi vì lúc đó 400.000 độc giả kém cuồng nhiệt hơn sẽ không mua sách dù cho họ đánh giá giá trị của cuốn sách lớn hơn mức chi phí biên. Ngược lại, khi Readalot phân biệt giá bán, tất cả độc giả đều mua sách, và kết quả đạt được là sự hiệu quả. Do đó, việc phân biệt giá bán có thể loại bỏ sự không hiệu quả tồn tại trong giá độc quyền.

Cần lưu ý rằng trong ví dụ trên, phúc lợi tăng lên từ hành vi phân biệt giá là do sự tăng lên trong thặng dư của nhà sản xuất chứ không phải thặng dư của người tiêu dùng. Khách hàng không được hưởng lợi gì khi mua sách vì mức giá mà họ trả đúng bằng giá trị mà họ gắn cho cuốn sách, do đó, họ không có thặng dư tiêu dùng. Mức tăng lên trong tổng thặng dư đạt được từ hành vi phân biệt giá chính là khoản lợi nhuận tăng thêm mà nhà xuất bản Readalot thu được .

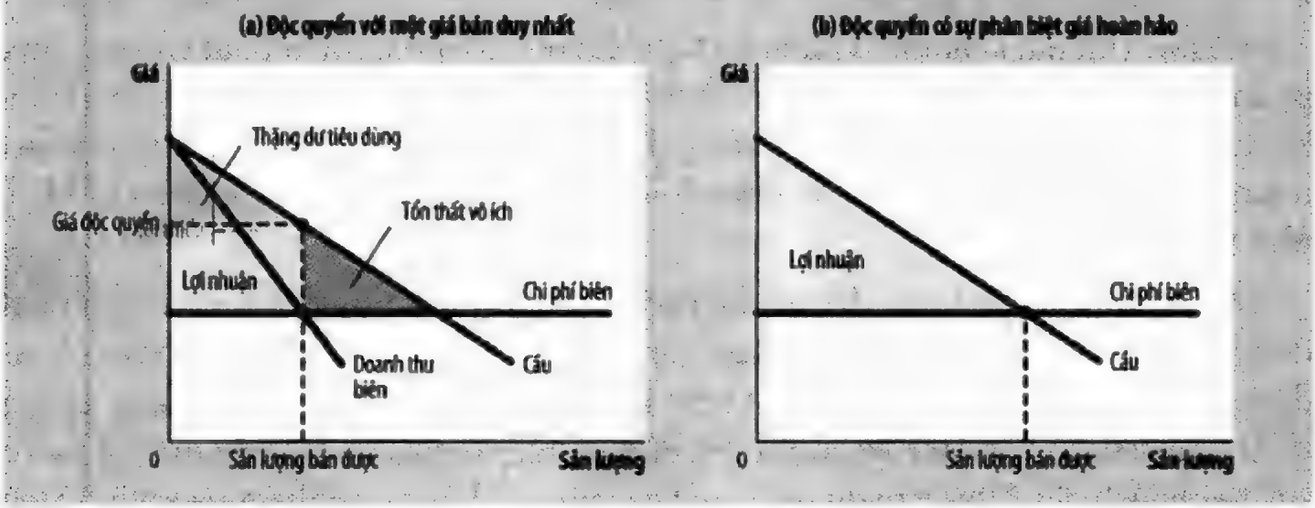
Những phân tích về hành vi phân biệt giá

Chúng ta hãy cùng phân tích một cách kỹ lưỡng hơn về tác động của hành vi phân biệt giá lên phúc lợi kinh tế. Hãy bắt đầu bằng việc giả sử doanh nghiệp độc quyền có thể phân biệt giá bán một cách hoàn hảo. Hành vi *phân biệt giá hoàn hảo* mô tả các tình huống doanh nghiệp độc quyền biết chính xác mức độ sẵn lòng chi trả của từng đối tượng khách hàng và do đó họ có thể đưa ra các mức giá khác nhau.

Trong ví dụ của chúng ta, doanh nghiệp độc quyền bán cho mỗi đối tượng khách hàng các mức giá đúng bằng mức sẵn lòng trả của họ và thu về toàn bộ thặng dư.

Hình 9
Phúc lợi khi có và không có hành vi phân biệt giá

Hình (a) cho thấy doanh nghiệp độc quyền bán một mức giá giống nhau cho tất cả khách hàng. Tổng thặng dư trong thị trường này bằng tổng của lợi nhuận (thặng dư của nhà sản xuất) và thặng dư của khách hàng. Hình (b) cho thấy doanh nghiệp độc quyền có khả năng phân biệt giá một cách hoàn hảo. Do mức thặng dư của khách hàng bằng 0, tổng thặng dư chính là mức lợi nhuận của doanh nghiệp. Bằng cách so sánh hai hình này, bạn có thể thấy rằng hành vi phân biệt giá hoàn hảo làm tăng lợi nhuận cho nhà sản xuất, qua đó làm tăng tổng thặng dư, nhưng nó lại làm giảm đi mức thặng dư của người tiêu dùng.



Hình 9 minh họa mức thặng dư của nhà sản xuất và người tiêu dùng ở hai trường hợp có và không có hành vi phân biệt giá. Để cho đơn giản, hình này được vẽ dựa trên giả thuyết mức giá trung bình trên một đơn vị hàng hóa là không đổi, có nghĩa là chi phí biên và tổng chi phí bình quân bằng nhau và không đổi. Khi không có hành vi phân biệt giá, doanh nghiệp độc quyền bán ở một mức giá duy nhất cao hơn chi phí biên giống như trong Hình 9(a). Tại mức giá này, sự độc quyền sẽ tạo ra tổn thất vô ích vì một số khách hàng đánh giá giá trị của sản phẩm cao hơn chi phí biên nhưng họ không mua ở mức giá cao đó. Nhưng khi một doanh nghiệp có khả năng phân biệt giá một cách hoàn hảo, giống như trong Hình 9(b), mỗi khách hàng đều đánh giá giá trị của sản phẩm cao hơn chi phí biên nên mua nó và trả đúng mức họ sẵn lòng. Và do vậy, tất cả cả các hoạt động mua bán có lợi cho cả hai bên (người bán và người mua) diễn ra, không có tổn thất vô ích và toàn bộ thặng dư có được từ thị trường chảy vào túi của nhà sản xuất độc quyền dưới dạng lợi nhuận.

Đương nhiên, trên thực tế hành vi phân biệt giá không bao giờ đạt được sự hoàn hảo. Khách hàng sẽ không bước vào cửa hàng với những thông báo về mức sẵn lòng chi trả của họ. Thay vào đó, các doanh nghiệp thực hiện hành vi phân biệt giá bằng cách phân loại khách hàng thành từng nhóm như: già và trẻ; những người đi mua sắm vào ngày thường và những người đi mua sắm vào cuối tuần; khách hàng ở Úc và khách hàng ở Hoa Kỳ, v.v... Khác với khách hàng trong câu chuyện về nhà xuất bản Readalot, trên thực tế ngay trong mỗi nhóm, người tiêu dùng cũng có mức sẵn lòng chi trả khác nhau. Điều này làm cho việc phân biệt giá một cách hoàn hảo trở nên bất khả thi.

Vậy hành vi phân biệt giá không hoàn hảo sẽ tác động tới phúc lợi như thế nào? Các phân tích về những chiến lược định giá thường khá phức tạp và không có câu trả lời tổng quát cho câu hỏi này. So với những kết quả đạt được của doanh

nghiệp độc quyền với chính sách một giá, hành vi phân biệt giá không hoàn hảo có thể làm tổng thặng dư trên thị trường tăng lên, giảm xuống, hay thậm chí không đổi. Và chúng ta chỉ có thể chắc chắn một điều rằng hành vi phân biệt giá làm tăng lợi nhuận cho doanh nghiệp độc quyền, nếu không thì họ sẽ chọn chính sách một giá cho tất cả các khách hàng.

Các ví dụ về hành vi phân biệt giá

Các doanh nghiệp trong nền kinh tế của chúng ta sử dụng nhiều chiến lược kinh doanh khác nhau để bán sản phẩm của họ ở các mức giá khác nhau cho những đối tượng khách hàng khác nhau. Để hiểu rõ hơn về các hành vi phân biệt giá, chúng ta hãy xem xét những ví dụ dưới đây.

Giá vé rạp chiếu phim Nhiều rạp chiếu phim bán vé cho trẻ em và người cao tuổi rẻ hơn so với những đối tượng khách hàng khác. Trong thị trường cạnh tranh, điều này có thể rất khó hiểu vì ở đó giá bán bằng chi phí biên mà chi phí biên của việc cung cấp một chỗ ngồi cho tất cả các đối tượng khách hàng dù lớn tuổi hay nhỏ tuổi đều là như nhau. Nhưng hành vi phân biệt giá của các rạp chiếu phim lại trở nên dễ hiểu khi họ có quyền lực thị trường trong khu vực địa lý mà họ đang hoạt động và nếu như trẻ em và người cao tuổi là những đối tượng khách hàng có mức sẵn lòng chi trả thấp hơn. Trong trường hợp này, các rạp chiếu phim sẽ tăng được lợi nhuận bằng hành vi phân biệt giá.

Giá vé máy bay Chỗ ngồi trên máy bay được bán ở nhiều mức giá khác nhau. Hầu hết các hãng hàng không sẽ bán vé khứ hồi giữa hai thành phố với mức giá rẻ hơn cho những khách hàng ở qua đêm thứ bảy. Thoạt nhìn, điều này có vẻ lạ. Tại sao việc khách hàng có ở qua đêm thứ bảy hay không, lại liên quan tới giá của vé máy bay? Bởi vì đây chính là cơ sở để phân loại những khách hàng doanh nhân và những khách hàng đi nghỉ. Nếu đó là khách hàng doanh nhân, họ sẽ có mức sẵn lòng chi trả cao và hầu như họ sẽ không ở qua đêm thứ bảy. Ngược lại, nếu đó là khách hàng đi lại vì những lý do cá nhân, họ sẽ có mức sẵn lòng chi trả thấp hơn và có xu hướng ở qua đêm thứ bảy. Do đó, bằng cách bán cho các khách hàng ở qua đêm thứ bảy với mức giá rẻ hơn, các hãng hàng không đã thành công trong việc thực hiện hành vi phân biệt giá.

Phiếu giảm giá Nhiều công ty in các phiếu giảm giá cho khách hàng trên các tờ báo, tạp chí hay trên internet và khách hàng chỉ phải cắt các phiếu giảm giá này để được hưởng mức giá ưu đãi 50 cent cho lần mua hàng tiếp theo. Tại sao các công ty lại phát những phiếu giảm giá này mà không giảm giá trực tiếp 50 cent trên sản phẩm?

Câu trả lời là bởi vì phiếu giảm giá cho phép các công ty thực hiện hành vi phân biệt giá. Họ biết rằng không phải ai cũng đủ thời gian và kiên nhẫn để ngồi cắt những phiếu giảm giá này. Hơn thế nữa, sự sẵn lòng bỏ thời gian và công sức ngồi cắt những phiếu giảm giá có mối quan hệ với sự sẵn lòng chi trả. Một doanh nhân giàu có và bận rộn thường sẽ không bỏ thời gian ra ngồi cắt những phiếu giảm giá trên các tờ báo và họ thường là những khách hàng sẵn sàng mua những sản phẩm ở mức giá cao hơn. Ngược lại, những người thất nghiệp thường sẽ cắt

những phiếu giảm giá và có mức sẵn lòng chi trả thấp hơn. Do đó, bằng cách bán sản phẩm ở mức giá thấp hơn cho những khách hàng có phiếu giảm giá, các doanh nghiệp đã thành công trong việc phân biệt giá.

Hỗ trợ tài chính Nhiều trường đại học và cao đẳng có những hỗ trợ về mặt tài chính mà sinh viên cần. Chúng ta có thể xem chính sách này như một dạng của sự phân biệt giá. Những sinh viên giàu hơn sẽ có nguồn tài chính dồi dào hơn và do đó có mức sẵn lòng chi trả cao hơn những sinh viên cần tới những trợ giúp về tài chính. Bằng cách lấy mức học phí cao và đưa ra sự trợ giúp tài chính có chọn lọc, các trường đại học và cao đẳng thực chất đang cung cấp dịch vụ giáo dục của mình ở mức giá được dựa trên giá trị mà sinh viên nhận được từ việc học ở trường đó. Hành vi này cũng giống như các hành vi phân biệt giá của doanh nghiệp độc quyền.

Giảm giá theo số lượng Trong các ví dụ từ trước đến nay, chúng ta luôn giả định doanh nghiệp độc quyền bán các mức giá khác nhau cho các đối tượng khách hàng khác nhau. Nhưng đôi khi, họ cũng phân biệt giá bán bằng cách bán các mức giá khác nhau cho cùng một đối tượng khách hàng dựa vào số lượng sản phẩm mà họ mua. Ví dụ, nhiều doanh nghiệp giảm giá cho những khách hàng mua với số lượng lớn. Một tiệm bánh có thể bán mỗi chiếc bánh rán với giá 50 cent, nhưng chỉ lấy 5 đô la cho một tá (12 chiếc). Đây cũng là một dạng của hành vi phân biệt giá bởi vì khách hàng phải trả cho chiếc bánh đầu tiên cao hơn so với chiếc thứ 12. Giảm giá theo số lượng thường là một chính sách phân biệt giá thành công bởi vì mức độ sẵn lòng chi trả cho một đơn vị sản phẩm mua thêm của khách hàng sẽ giảm đi khi họ mua nhiều sản phẩm hơn.

KIỂM TRA NHANH: *Hãy lấy hai ví dụ về hành vi phân biệt giá. Hành vi phân biệt giá hoàn hảo tác động tới mức thặng dư của người tiêu dùng, nhà sản xuất và mức tổng thặng dư như thế nào?*

CHÍNH SÁCH CỦA CHÍNH PHỦ ĐỐI VỚI CÁC DOANH NGHIỆP ĐỘC QUYỀN

Chúng ta đã thấy rằng, khác với các doanh nghiệp trong thị trường cạnh tranh, doanh nghiệp độc quyền thất bại trong việc phân bổ các nguồn lực một cách hiệu quả. Các doanh nghiệp độc quyền sản xuất ở mức sản lượng thấp hơn mức sản lượng mà xã hội mong muốn và do đó bán ở mức giá cao hơn chi phí biên. Các nhà hoạch định chính sách giải quyết vấn đề độc quyền theo một trong bốn cách sau:

- Tìm cách làm cho các ngành độc quyền trở nên cạnh tranh hơn.
- Kiểm soát hành vi của các doanh nghiệp độc quyền.
- Chuyển đổi một số doanh nghiệp độc quyền tư nhân thành doanh nghiệp nhà nước.
- Không làm gì cả.

Tăng mức độ cạnh tranh bằng luật chống độc quyền

Nếu Coca-Cola và PepsiCo muốn sáp nhập với nhau, thương vụ này sẽ bị chính phủ liên bang theo dõi rất sát sao trước khi chính thức có hiệu lực. Các luật sư và các nhà kinh tế học trong Bộ Tư pháp có thể nghĩ rằng việc sáp nhập hai tập đoàn này sẽ làm cho thị trường đồ uống giải khát ở Hoa Kỳ trở nên kém cạnh tranh hơn rất nhiều và do đó, nó có thể làm giảm phúc lợi của toàn bộ nền kinh tế Hoa Kỳ. Vì lý do này, Bộ Tư pháp sẽ phản đối việc sát nhập và đưa nó ra tòa. Nếu quan tòa đồng ý với những quan ngại của Bộ Tư pháp, hai tập đoàn này sẽ không được phép sáp nhập vào nhau. Đây cũng chính là một trong những hoạt động chống độc quyền đã ngăn tập đoàn phần mềm khổng lồ Microsoft mua lại Intuit vào năm 1994.

Dựa vào các bộ luật chống độc quyền, chính phủ sử dụng quyền này đối với các doanh nghiệp tư nhân. Luật chống độc quyền gồm nhiều điều khoản nhằm hạn chế sức mạnh độc quyền của các doanh nghiệp. Luật chống độc quyền đầu tiên và quan trọng nhất là bộ luật Sherman, được Quốc hội Hoa Kỳ thông qua vào năm 1890 nhằm làm giảm quyền lực thị trường của các tập đoàn độc quyền cực lớn và đầy quyền lực được cho là có khả năng thống trị nền kinh tế Hoa Kỳ ở thời điểm đó.

"Nhưng nếu chúng ta sáp nhập với Amalgamated, chúng ta sẽ có đủ nguồn lực để đối phó với việc vi phạm luật chống độc quyền do việc sáp nhập này gây ra."

Bộ luật chống độc quyền Clayton, được thông qua vào năm 1914, đã tăng thêm quyền cho chính phủ Hoa Kỳ đồng thời hợp pháp hóa quyền khởi kiện tư nhân. Như Tòa án tối cao Hoa Kỳ từng tuyên bố, các bộ luật chống độc quyền là "một bản hiến chương toàn diện về tự do kinh tế nhằm bảo vệ sự cạnh tranh tự do một cách không hạn chế, như là một nguyên tắc thương mại".

Với các bộ luật chống độc quyền, chính phủ có thể thúc đẩy cạnh tranh bằng nhiều cách khác nhau. Chính phủ có thể ngăn cản các vụ sáp nhập, giống như sự sáp nhập giữa Coca-Cola và PepsiCo như giả định ở trên. Ngoài ra chính phủ cũng có thể chia nhỏ các công ty. Ví dụ, vào năm 1984, chính phủ Hoa Kỳ đã tách tập đoàn viễn thông AT&T ra thành tám công ty nhỏ. Cuối cùng, các bộ luật chống độc quyền ngăn cản các công ty phối hợp với nhau nhằm làm cho thị trường trở nên kém cạnh tranh hơn.

Việc gì cũng có hai mặt và các bộ luật chống độc quyền cũng vậy. Đôi khi, các công ty sáp nhập vào nhau không nhằm làm giảm tính cạnh tranh mà bởi vì họ muốn giảm chi phí sản xuất thông qua việc hợp tác sản xuất để đạt hiệu quả cao hơn. Lợi ích của những vụ sáp nhập này được gọi là *sức mạnh tổng hợp*. Chẳng hạn như trong những năm gần đây nhiều ngân hàng ở Hoa Kỳ đã tiến hành sáp nhập thông qua việc kết hợp các nghiệp vụ với nhau để cắt giảm số nhân viên hành chính. Nếu luật chống độc quyền ra đời với mục tiêu là nâng cao phúc lợi xã hội, thì chính phủ phải biết cách phân biệt đâu là những vụ sáp nhập mang lại lợi ích chung, đâu là những trường hợp ngược lại. Do đó, chính phủ phải có khả năng đo lường và so sánh giữa những lợi ích xã hội đạt được từ *những sự phối hợp này* với những tổn thất xã hội do sự suy giảm mức độ cạnh tranh trên

thị trường gây ra. Những người phản đối các bộ luật chống độc quyền thì nghi ngờ về khả năng chính phủ có thể thực hiện chính xác những phân tích cần thiết về lợi ích và chi phí.

Quản lý

Một cách khác mà chính phủ sử dụng để đối phó với vấn đề độc quyền là kiểm soát hành vi của các doanh nghiệp độc quyền. Giải pháp này thường được áp dụng cho các doanh nghiệp độc quyền tự nhiên như công ty cấp nước, hay công ty điện lực. Những công ty này không được phép bán ở bất cứ mức giá nào mà họ muốn, giá bán của họ bị các cơ quan nhà nước kiểm soát.

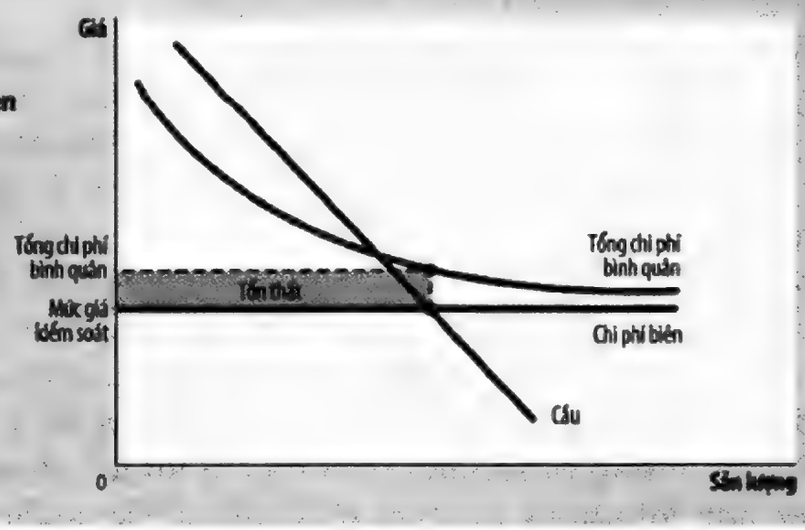
Vậy chính phủ nên đưa ra mức giá nào cho doanh nghiệp độc quyền tự nhiên? Đây là một câu hỏi khá hóc búa. Người ta có thể cho rằng mức giá đó nên bằng mức chi phí biên của doanh nghiệp độc quyền. Nếu mức giá bằng mức chi phí biên, người tiêu dùng sẽ mua hết mức sản lượng mà tại đó tổng thặng dư được tối đa hóa và do đó sự phân bổ các nguồn lực sẽ trở nên có hiệu quả.

Tuy nhiên, có hai vấn đề thực tiễn nảy sinh từ hệ thống quản lý việc định giá theo chi phí biên. Vấn đề thứ nhất nảy sinh từ đường chi phí. Theo định nghĩa, doanh nghiệp độc quyền tự nhiên có tổng chi phi bình quân giảm dần. Như chúng ta đã thảo luận trong Chương 13, khi tổng chi phí bình quân giảm dần, chi phí biên sẽ nhỏ hơn tổng chi phí bình quân. Hình 10 sẽ minh họa cho trường hợp này và cho trường hợp của một doanh nghiệp có mức chi phí cố định lớn và có mức chi phí biên không đổi. Nếu cơ quan quản lý nhà nước đưa ra mức giá bằng với mức chi phí biên và mức giá này phải nhỏ hơn tổng chi phí bình quân của doanh nghiệp thì doanh nghiệp đó sẽ bị lỗ. Thay vì phải bán ở mức giá thấp như vậy, doanh nghiệp độc quyền sẽ rời khỏi ngành.

Các cơ quan quản lý nhà nước có thể giải quyết vấn đề này theo nhiều cách, tuy nhiên không có cách nào là hoàn hảo. Một trong số đó là trợ cấp cho doanh nghiệp độc quyền. Có nghĩa là, chính phủ sẽ chấp nhận chi trả những khoản lỗ do việc định giá theo chi phí biên gây ra. Tuy nhiên, để chi trả cho những khoản trợ cấp này, chính phủ cần phải tăng nguồn thu ngân sách bằng cách đánh thuế,

Hình 10
Định giá theo chi phí biên của doanh nghiệp độc quyền tự nhiên

Do doanh nghiệp độc quyền tự nhiên có tổng chi phí bình quân giảm dần, chi phí biên của họ cũng nhỏ hơn tổng chi phí bình quân. Do đó nếu các cơ quan quản lý nhà nước yêu cầu doanh nghiệp độc quyền tự nhiên bán ở mức giá bằng với mức chi phí biên, giá sẽ thấp hơn tổng chi phí bình quân và do đó doanh nghiệp độc quyền sẽ bị thua lỗ.



và thuế bản thân nó cũng gây ra những tổn thất vô ích. Thay vì vậy, các cơ quan quản lý nhà nước có thể cho phép doanh nghiệp độc quyền bán sản phẩm ở mức giá cao hơn mức chi phí biên. Nếu mức giá kiểm soát bằng mức tổng chi phí bình quân, doanh nghiệp độc quyền sẽ có lợi nhuận kinh tế bằng 0. Song việc định giá theo chi phí bình quân cũng gây ra những tổn thất vô ích bởi vì giá của doanh nghiệp độc quyền lúc này không còn phản ánh chi phí biên của việc sản xuất ra hàng hóa đó nữa. Do đó, về cơ bản, việc định giá theo chi phí bình quân cũng giống như việc đánh thuế lên sản phẩm mà doanh nghiệp độc quyền đang bán.

Vấn đề thứ hai nảy sinh từ hệ thống quản lý việc định giá theo chi phí biên (và cũng như theo chi phí trung bình) là việc nó không tạo ra cho doanh nghiệp độc quyền bất cứ động cơ nào để giảm chi phí. Mọi doanh nghiệp trên thị trường cạnh tranh đều cố gắng cắt giảm chi phí để gia tăng lợi nhuận. Nhưng nếu một nhà độc quyền bị kiểm soát biết rằng các cơ quan quản lý nhà nước sẽ giảm mức giá bán khi chi phí giảm thì họ sẽ không thu được lợi gì từ việc cắt giảm chi phí. Trên thực tế, các cơ quan quản lý nhà nước xử lý vấn đề này bằng cách cho phép các doanh nghiệp độc quyền giữ lại một phần lợi nhuận thu thêm được từ việc cắt giảm chi phí. Đây là một hoạt động đòi hỏi một vài doanh nghiệp phải từ bỏ việc định giá theo chi phí biên.

Sở hữu nhà nước

Chính sách thứ ba mà chính phủ sử dụng để đối phó với sự độc quyền là sở hữu nhà nước, thay vì kiểm soát doanh nghiệp độc quyền tự nhiên được điều hành bởi tư nhân, nhà nước sẽ tự điều hành các doanh nghiệp độc quyền này. Đây là giải pháp thường được thấy ở các nước châu Âu, nơi mà chính phủ các quốc gia sở hữu và điều hành công ty cung cấp các dịch vụ thiết yếu như viễn thông, nước, và điện. Ở Hoa Kỳ, chính phủ cũng điều hành các dịch vụ bưu chính. Dịch vụ chuyển phát thư thường được xem là một dạng độc quyền tự nhiên.

Các nhà kinh tế học thường thích sở hữu tư nhân hơn sở hữu nhà nước đối với các doanh nghiệp độc quyền tự nhiên. Vấn đề chính ở đây là phương thức sở hữu doanh nghiệp tác động tới chi phí sản xuất như thế nào. Các ông chủ tư nhân luôn có động cơ để cắt giảm chi phí xuống mức thấp nhất miễn sao họ được hưởng một phần từ phần lợi nhuận tăng thêm. Nếu những người quản lý doanh nghiệp không thể cắt giảm chi phí, họ sẽ bị sa thải. Ngược lại, nếu các quan chức nhà nước điều hành doanh nghiệp độc quyền này và họ không hoàn thành tốt công việc của mình, thì người bị thiệt chính là người tiêu dùng và người đóng thuế, những người chỉ biết trông cậy vào hệ thống chính trị. Quan chức chính phủ có thể là một nhóm có quyền lợi đặc biệt và luôn cố gắng ngăn cản các cải cách nhằm cắt giảm chi phí. Nói một cách đơn giản, để đảm bảo doanh nghiệp hoạt động tốt, các phiếu bầu kém tin cậy hơn là động cơ lợi nhuận.

Không làm gì cả

Các chính sách nhằm hạn chế các vấn đề do độc quyền gây ra ở trên đều có những hạn chế của nó. Do đó, một số nhà kinh tế học cho rằng tốt nhất là chính phủ không nên cố gắng khắc phục tình trạng không hiệu quả do việc định giá độc

Bảng 2
So sánh giữa doanh nghiệp độc quyền và doanh nghiệp cạnh tranh

	Cạnh tranh	Độc quyền
Giống nhau		
Mục tiêu của doanh nghiệp	Tối đa hóa lợi nhuận	Tối đa hóa lợi nhuận
Nguyên tắc để tối đa hóa lợi nhuận	$MR = MC$	$MR = MC$
Lợi nhuận kinh tế trong ngắn hạn?	Có	Có
Khác biệt		
Số lượng doanh nghiệp	Rất nhiều	Một
Doanh thu biên	$MR = P$	$MR < P$
Giá	$P = MC$	$P > MC$
Sản xuất ở mức sản lượng tối đa hóa phúc lợi?	Có	Không
Khả năng xuất nhập ngành trong dài hạn	Có	Không
Lợi nhuận kinh tế trong dài hạn	Không	Có
Khả năng phân biệt giá	Không	Có

quyền gây ra. Dưới đây là đánh giá của nhà kinh tế học George Stigler, người đã giành được giải Nobel cho những nghiên cứu về tổ chức ngành:

> Một lý thuyết nổi tiếng trong kinh tế học cho rằng nền kinh tế của các doanh nghiệp cạnh tranh sẽ tạo ra mức thu nhập lớn nhất có thể có được từ một số các nguồn lực nhất định. Trên thực tế không có một nền kinh tế nào có thể đạt được chính xác các điều kiện của lý thuyết này, và tất cả các nền kinh tế đều không thể đạt được trạng thái lý tưởng này – sự khác biệt chính là "thất bại thị trường". Tuy nhiên, theo tôi thì những thất bại trong nền kinh tế Hoa Kỳ chẳng thấm vào đâu so với những thất bại về mặt chính trị xuất phát từ sự không hoàn hảo của các chính sách kinh tế trong các hệ thống chính trị trên thực tế.

Như đoạn trích này đã chỉ rõ, việc xác định vai trò phù hợp của chính phủ trong một nền kinh tế đòi hỏi sự đánh giá cả về mặt chính trị lẫn kinh tế.

KIỂM TRA NHANH: *Hãy mô tả các cách mà các nhà hoạch định chính sách sử dụng để đối phó với tình trạng không hiệu quả do doanh nghiệp độc quyền gây ra. Trong mỗi cách, hãy nêu ra một vấn đề có thể xảy ra.*

KẾT LUẬN: SỰ THỊNH HÀNH CỦA CÁC DOANH NGHIỆP ĐỘC QUYỀN

Như vậy, chương này đã thảo luận về hành vi của các doanh nghiệp độc quyền trong việc kiểm soát giá bán. Như chúng ta đã thấy, hành vi của các các doanh nghiệp này rất khác với hành vi của các doanh nghiệp cạnh tranh mà chúng ta đã nghiên cứu ở chương trước. Bảng 2 tổng hợp một số điểm giống nhau và khác nhau chính yếu giữa hai thị trường độc quyền và cạnh tranh.

Đứng trên quan điểm của chính sách công, kết quả quan trọng nhất vẫn là việc doanh nghiệp độc quyền sản xuất ở mức sản lượng thấp hơn mức đạt hiệu quả xã hội và giá bán cao hơn chi phí biên. Do vậy, doanh nghiệp độc quyền gây ra các tổn thất vô ích. Trong một số trường hợp, tình trạng không đạt được hiệu quả

này có thể được giảm thiểu thông qua hành vi phân biệt giá của các doanh nghiệp độc quyền, nhưng cũng có nhiều trường hợp cần có vai trò chủ động của các nhà hoạch định chính sách.

Những vấn đề do độc quyền gây ra phổ biến ở mức nào? Có hai đáp án cho câu hỏi này.

Ở một khía cạnh nào đó, độc quyền rất phổ biến. Hầu hết các doanh nghiệp đều có khả năng kiểm soát giá bán của họ. Họ không bị ép buộc bán sản phẩm của mình ở mức giá thị trường bởi vì những sản phẩm đó không giống hoàn toàn với sản phẩm của các doanh nghiệp khác. Một chiếc Ford Taurus không giống hoàn toàn với một chiếc Toyota Camry. Kem của Ben và Jerry's khác với kem của Breyer. Mỗi loại hàng hóa này đều có đường cầu dốc xuống, do đó mỗi nhà sản xuất đều có một mức độ quyền lực trường nhất định.

Ngược lại, doanh nghiệp với quyền lực thị trường cực lớn thì lại rất hiếm. Rất ít các loại hàng hóa không thể thay thế được một cách đúng nghĩa. Nếu Ben và Jerry không muốn mất đi toàn bộ doanh số bán hàng, họ chỉ có thể tăng giá kem lên một chút. Ngược lại nếu họ tăng giá bán lên quá cao, doanh số bán hàng sẽ giảm đi đáng kể vì khách hàng của họ sẽ chuyển sang mua các nhãn hiệu kem khác.

Cuối cùng, doanh nghiệp chỉ có sức mạnh độc quyền ở một mức độ nhất định và trên thực tế đúng là rất nhiều doanh nghiệp có khả năng này và thường chỉ ở một mức độ hạn chế. Đối với các trường hợp này, không quá sai khi chúng ta giả định họ hoạt động trên các thị trường cạnh tranh, dù rằng không hoàn toàn chính xác như vậy.

TÓM TẮT

- Doanh nghiệp độc quyền là người bán duy nhất trên thị trường của họ. Độc quyền được hình thành khi một doanh nghiệp sở hữu một nguồn tài nguyên quan trọng, khi chính phủ cho phép một doanh nghiệp đặc quyền sản xuất một loại hàng hóa nào đó, hoặc là khi một doanh nghiệp có thể cung cấp hàng hóa của toàn bộ thị trường ở một mức giá thấp hơn các doanh nghiệp khác.
- Doanh nghiệp độc quyền có đường cầu dốc xuống vì họ là nhà sản xuất duy nhất trên thị trường đó. Khi doanh nghiệp độc quyền tăng sản lượng lên một đơn vị, nó sẽ làm giảm giá bán của sản phẩm và do đó làm giảm mức doanh thu đạt được. Kết quả là doanh thu biên của doanh nghiệp độc quyền luôn thấp hơn giá bán.
- Cũng giống như doanh nghiệp cạnh tranh, doanh nghiệp độc quyền tối đa hóa lợi nhuận bằng cách sản xuất tại mức sản lượng mà ở đó doanh thu biên bằng chi phí biên. Sau đó họ sẽ chọn mức giá bán tương ứng với lượng cầu. Nhưng khác với doanh nghiệp cạnh tranh, giá của doanh nghiệp độc quyền lớn hơn doanh thu biên và do đó lớn hơn chi phí biên.
- Mức sản lượng tối đa hóa lợi nhuận của doanh nghiệp độc quyền thấp hơn mức sản lượng tối đa hóa tổng thặng dư (là tổng của thặng dư người

tiêu dùng và thặng dư của nhà sản xuất). Do đó, khi doanh nghiệp độc quyền bán ở mức giá cao hơn chi phí biên, một số khách hàng đánh giá giá trị của hàng hóa cao hơn chi phí sản xuất ra nó và không mua sản phẩm này. Vì vậy, doanh nghiệp độc quyền cũng tạo ra những tổn thất vô ích giống như thuế.

- Doanh nghiệp độc quyền thường tăng lợi nhuận bằng cách đưa ra các mức giá khác nhau cho cùng một sản phẩm dựa trên mức sẵn lòng chi trả của người mua. Hành vi phân biệt giá có thể làm tăng phúc lợi kinh tế vì nó cho phép một số khách hàng lẽ ra không mua vẫn mua được sản phẩm. Trong trường hợp đặc biệt có sự phân biệt giá hoàn hảo, tổn thất vô ích do sự độc quyền gây ra sẽ được loại trừ, và khi đó toàn bộ thặng dư sẽ chảy vào túi của nhà sản xuất độc quyền. Nói một cách tổng quát hơn, khi hành vi phân biệt giá là không hoàn hảo, nó có thể làm tăng hoặc giảm phúc lợi nếu so với kết quả của chính sách một giá.
- Các nhà hoạch định chính sách có thể xử lý sự không hiệu quả của độc quyền theo bốn cách. Họ có thể sử dụng các bộ luật chống độc quyền nhằm làm cho ngành đó trở nên cạnh tranh hơn. Họ có thể kiểm soát giá bán của doanh nghiệp độc quyền. Họ cũng có thể chuyển các doanh nghiệp độc quyền thành các doanh nghiệp nhà nước. Hoặc trong trường hợp nếu những thất bại của thị trường là quá nhỏ so với những điểm chưa hoàn thiện của hệ thống chính sách, họ có thể không làm gì cả.

KHÁI NIỆM THEN CHỐT

Doanh nghiệp độc quyền	monopoly
Doanh nghiệp độc quyền tự nhiên	natural monopoly
Phân biệt giá	price discrimination

CÂU HỎI ÔN TẬP

1. Hãy định nghĩa doanh nghiệp độc quyền tự nhiên. Quy mô của thị trường có vai trò như thế nào đối với việc một ngành có thể trở thành độc quyền tự nhiên hay không?
2. Hãy lấy một ví dụ về trường hợp độc quyền do chính phủ tạo ra. Liệu việc tạo ra sự độc quyền có luôn là một chính sách công hay không? Giải thích.
3. Hãy vẽ đường cầu, đường doanh thu biên, đường tổng chi phí bình quân và đường chi phí biên của một doanh nghiệp độc quyền và chỉ ra đâu là mức sản lượng tối đa hóa lợi nhuận, mức giá tối đa hóa lợi nhuận và mức lợi nhuận của doanh nghiệp độc quyền.
4. Tại sao doanh thu biên của doanh nghiệp độc quyền lại nhỏ giá bán? Doanh thu biên của họ có thể nhỏ hơn 0 hay không? Giải thích.

5. Hãy lấy hai ví dụ về hành vi phân biệt giá. Trong mỗi ví dụ, hãy giải thích tại sao doanh nghiệp độc quyền lại chọn chiến lược kinh doanh đó.
6. Trong hình mà bạn đã vẽ cho câu hỏi trước, hãy chỉ ra đâu là mức sản lượng tối đa hóa tổng thặng dư và đâu là mức tổn thất vô ích do độc quyền gây ra. Hãy giải thích cho các câu trả của bạn.
7. Hãy mô tả hai vấn đề nảy sinh khi chính phủ yêu cầu doanh nghiệp độc quyền phải bán sản phẩm của họ ở mức giá bằng mức chi phí biên.
8. Chính phủ lấy quyền kiểm soát các hoạt động sáp nhập của các doanh nghiệp từ đâu? Từ quan điểm của phúc lợi xã hội, đâu là lý do tốt và đâu là lý do xấu của hai doanh nghiệp muốn sáp nhập với nhau.

BÀI TẬP VÀ ỨNG DỤNG

1. Một thị trấn nhỏ có nhiều siêu thị cạnh tranh với nhau và các siêu thị này đều có mức chi phí biên không đổi và bằng nhau.
   a. Hãy vẽ đồ thị cho thị trường hàng tạp hóa để chỉ ra mức thặng dư của người tiêu dùng, nhà sản xuất và mức tổng thặng dư.
   b. Giả sử các siêu thị riêng lẻ này sáp nhập thành mỗi chuỗi siêu thị. Hãy vẽ một đồ thị mới và chỉ ra đâu là mức thặng dư mới của người tiêu dùng, nhà sản xuất và mức tổng thặng dư mới. So với thị trường cạnh tranh, người tiêu dùng sẽ chuyển sang nhà sản xuất những gì? Có những tổn thất vô ích nào?
2. Một nhà xuất bản có biểu cầu của một cuốn tiểu thuyết của một trong những tác giả nổi tiếng sắp được xuất bản, như sau:

Giá	Lượng cầu
$100	0 cuốn
90	100.000
80	200.000
70	300.000
60	400.000
50	500.000
40	600.000
30	700.000
20	800.000
10	900.000
0	1.000.000

Tác giả được trả 2 triệu đô la để viết cuốn sách này và chi phí biên của việc xuất bản luôn cố định ở mức 10 đô la một cuốn.

a. Tính tổng doanh thu, tổng chi phí và lợi nhuận tại mỗi mức sản lượng. Nhà xuất bản sẽ chọn mức sản lượng nào để đạt được mức lợi nhuận tối đa? Họ sẽ bán ra ở mức giá nào?

b. Tính doanh thu biên (Lưu ý rằng MR = $\Delta TR / \Delta Q$). Doanh thu biên được so sánh với giá như thế nào? Giải thích.

c. Vẽ đồ thị biểu diễn đường cầu, đường doanh thu biên và đường chi phí biên. Đường doanh thu biên và đường chi phí biên giao nhau ở đâu? Ý nghĩa của điểm giao nhau này là gì?

d. Trong đồ thị vừa vẽ, tô đậm phần tổn thất vô ích và giải thích ý nghĩa của phần tổn thất vô ích này.

e. Nếu số tiền tác giả được trả để viết tác phẩm này là 3 triệu đô la chứ không phải là 2 triệu đô la như trước, điều này sẽ tác động tới quyết định về mức giá bán của nhà xuất bản như thế nào? Giải thích.

f. Giả sử mối quan tâm hàng đầu của nhà xuất bản bây giờ không phải là tối đa hóa lợi nhuận nữa mà là tối đa hóa hiệu quả kinh tế. Họ sẽ bán cuốn sách ở mức giá nào? Ở mức giá đó, họ sẽ thu về bao nhiêu lợi nhuận?

3. Một công ty đang xem xét việc xây dựng một cây cầu bắc qua sông. Chi phí xây cây cầu này là 2 triệu đô la và chi phí bảo trì là 0. Biểu cầu dự đoán trong suốt thời gian sử dụng của cây cầu, được thể hiện trong bảng dưới đây:

Giá mỗi lượt qua cầu	Đv: hàng nghìn
$8	0
7	100
6	200
5	300
4	400
3	500
2	600
1	700
0	800

a. Nếu công ty tiến hành xây dựng cây cầu này, đâu là mức giá tối đa hóa lợi nhuận? Mức giá này có tương đương với mức sản lượng đạt hiệu quả hay không? Tại sao?

b. Nếu công ty này chỉ quan tâm tới việc tối đa hóa lợi nhuận, họ có xây dựng cây cầu này hay không? Công ty sẽ mất gì và được gì?

c. Nếu chính phủ là người xây dựng cây cầu, đâu là mức giá họ sẽ chọn?

d. Chính phủ có nên xây dựng cây cầu này hay không? Giải thích.

4. Johnny Rockabilly vừa hoàn tất việc ghi âm CD mới nhất của ông. Bộ phận marketing của công ty thu âm của ông cho biết biểu cầu của đĩa CD này sẽ như sau:

Giá	Số lượng CD
$24	10.000
22	20.000
20	30.000
18	40.000
16	50.000
14	60.000

Công ty có thể sản xuất CD này với chi phí cố định bằng 0 và chi phí biến đổi là 5 đô la trên mỗi CD

a. Hãy cho biết tổng doanh thu đạt được ở các mức sản lượng 10.000, 20.000, v.v. Doanh thu biên thu được từ mỗi 10.000 CD bán thêm được là bao nhiêu?

b. Đâu là mức sản lượng tối đa hóa lợi nhuận? Giá bán và lợi nhuận đạt được là bao nhiêu?

c. Nếu bạn là một đại lý của Johnny, bạn sẽ đề nghị Johnny yêu cầu công ty thu âm trả cho ông ta mức phí thu âm là bao nhiêu? Tại sao?

5. Người dân ở thị trấn Ectenia rất yêu thích kinh tế học và thị trưởng Ectenia dự định sẽ xây dựng một bảo tàng kinh tế học. Chí phí xây dựng cố định của bảo tàng này là 2,4 triệu đô la và chi phí biến đổi bằng 0. Dân số của thị trấn là 100.000 người, và mọi người đều có đường cầu về việc tham quan bảo tàng như nhau: $Q^D = 10 - P$ (P là mức giá tham quan).

a. Vẽ đồ thị biểu diễn đường tổng chi phí bình quân và đường chi phí biên của bảo tàng này. Bảo tàng này thuộc về loại thị trường nào?

b. Thị trưởng thị trấn đề xuất cấp tiền cho bảo tàng bằng cách thu thuế đồng nhất 24 đô la và sau đó cho phép vào cửa tự do. Mỗi người sẽ tham quan bảo tàng bao nhiêu lần? Hãy cho biết lợi ích (là mức thặng dư của khách hàng trừ đi khoản thuế mới) mà mỗi người nhận được từ bảo tàng.

c. Những người phản đối khoản thuế mà thị trưởng mới đề xuất cho rằng bảo tàng nên tự chủ tài chính bằng cách thu phí tham quan. Vậy đâu là mức giá hòa vốn thấp nhất? (Gợi ý: hãy tìm số lượt tham quan và các mức lợi nhuận thu được ở các giá: 2 đô la, 3 đô la, 4 đô la và 5 đô la).

d. Đối với mức giá hòa vốn tìm được ở câu (c), hãy tính mức thặng dư tiêu dùng của mỗi cư dân trong thị trấn. So với kế hoạch của thị trưởng, ai sẽ hưởng lợi và ai sẽ bị thiệt thòi khi áp dụng mức phí tham quan này? Giải thích

e. Những quan ngại thực tế nào còn thiếu ở bài tập trên có ủng hộ cho việc thu phí tham quan?

6. Larry, Curly, và Moe là chủ một quán bar duy nhất trong thị trấn. Larry muốn bán nhiều đồ uống nhất có thể mà không bị lỗ. Curly muốn quán bar mang lại mức doanh thu lớn nhất có thể. Còn Moe lại muốn thu được lợi nhuận lớn nhất có thể. Hãy vẽ một đồ thị thể hiện đường cầu và đường chi

phí của quán bar này, và chỉ ra đâu là mức giá và mức sản lượng kết hợp được yêu cầu của ba thành viên của quán. Giải thích.

7. Xem xét mối quan hệ giữa giá độc quyền và độ co giãn của cầu theo giá:
   a. Hãy giải thích tại sao doanh nghiệp độc quyền sẽ không bao giờ sản xuất ở mức sản lượng mà tại đó đường cầu không co giãn. (Gợi ý: nếu cầu không co giãn và doanh nghiệp tăng giá bán, điều gì sẽ xảy ra với tổng doanh thu và tổng chi phí?)
   b. Hãy vẽ đồ thị cho doanh nghiệp độc quyền và đánh dấu chính xác mức sản lượng mà tại đó đường cầu không co giãn. (Gợi ý: câu trả lời này liên quan tới đường doanh thu biên)
   c. Trên đồ thị của bạn, hãy chỉ ra mức sản lượng và mức giá tối đa hóa doanh thu.
8. Trong nhiều năm, AT&T từng là một doanh nghiệp độc quyền bị nhà nước kiểm soát cung cấp dịch vụ điện thoại nội hạt và đường dài.
   a. Hãy giải thích tại sao dịch vụ điện thoại đường dài lúc ban đầu là một dạng độc quyền tự nhiên.
   b. Trong hai thập niên gần đây, nhiều công ty đã xây dựng các hệ thống liên lạc qua vệ tinh, và số lượng các cuộc gọi mà mỗi hệ thống có thể đáp ứng là hạn chế. Tầm quan trọng ngày càng tăng lên của các hệ thống viễn thông vệ tinh này đã làm thay đổi cấu trúc chi phí của dịch vụ điện thoại đường dài như thế nào?

   Sau một thời gian dài tranh cãi pháp lý với chính phủ, AT&T đã đồng ý sẽ cạnh tranh với các công ty khác trên thị trường dịch vụ điện thoại đường dài. Họ cũng đồng ý chia nhỏ dịch vụ điện thoại nội hạt của ra thành các công ty con và vẫn bị kiểm soát chặt chẽ.
   c. Tại sao sự cạnh tranh trong dịch vụ điện thoại đường dài và các doanh nghiệp bị kiểm soát trong dịch vụ điện thoại nội hạt có thể đạt được tính hiệu quả?
9. Giả sử bạn sống trong một thị trấn với 300 người trưởng thành và 200 trẻ em, và bạn đang cân nhắc việc tổ chức một vở kịch để phục vụ nhu cầu vui chơi của hàng xóm của bạn cũng như là để kiếm tiền. Chi phí cố định của vở kịch này là 2.000 đô la, còn chi phí biên của việc bán thêm mỗi vé vào cổng là 0. Đây là biểu cầu cho hai loại khách hàng:

Giá	Người lớn	Trẻ em
$10	0	0
9	100	0
8	200	0
7	300	0
6	300	0
5	300	100

4	300	200
3	300	200
2	300	200
1	300	200
0	300	200

a. Để tối đa hóa lợi nhuận, bạn sẽ bán vé vào cổng ở mức giá nào cho đối tượng khách hàng là người lớn và mức giá nào cho đối tượng khách hàng là trẻ em? Lợi nhuận thu được là bao nhiêu?

b. Trong trường hợp chính quyền thành phố có quyết định cấm bạn không được bán nhiều mức giá khác nhau cho các đối tượng khách hàng khác nhau, bạn sẽ chọn mức giá nào và lợi nhuận bạn thu được nếu bán ở mức giá đó là bao nhiêu?

c. Ai là người bị thiệt khi chính quyền thành phố ban hành luật cấm đó? Ai là người được hưởng lợi? (Nếu có thể, hãy chỉ ra sự thay đổi trong mức phúc lợi).

d. Nếu chi phí cố định của vở kịch là 2.500 đô la thay vì 2.000 đô la như trước, các câu trả lời của bạn cho câu hỏi trong phần (a), (b), (c) sẽ thay đổi như thế nào?

10. Giả sử, chính phủ muốn khuyến khích một doanh nghiệp độc quyền để họ có thể sản xuất ra mức sản lượng đạt hiệu quả xã hội, chính phủ nên đánh thuế hay trợ cấp trên mỗi đơn vị sản phẩm. Hãy giải thích loại thuế hay trợ cấp này đạt được mức sản lượng hiệu quả xã hội như thế nào? Doanh nghiệp độc quyền, khách hàng của doanh nghiệp độc quyền, và những người đóng thuế khác, ai sẽ ủng hộ chính sách này, còn ai sẽ là người phản đối?

11. Nhiều chính sách phân biệt giá có liên quan tới chi phí. Ví dụ, các phiếu giảm giá sẽ làm mất thời gian và các nguồn lực khác của cả người mua và người bán. Câu hỏi này sẽ xem xét các ảnh hưởng của các chi phí của hành vi phân biệt giá. Để cho đơn giản, chúng ta hãy giả sử chi phí sản xuất của doanh nghiệp độc quyền mà chúng ta đang xem xét tỷ lệ thuận với sản lượng, do đó, tổng chi phí bình quân và chi phí biên sẽ bằng nhau và không đổi.

a. Hãy vẽ đường chi phí, đường cầu và đường doanh thu biên cho doanh nghiệp độc quyền này và chỉ ra đâu là mức giá mà doanh nghiệp này sẽ chọn nếu họ không thực hiện chính sách phân biệt giá.

b. Trong đồ thị của bạn, hãy đánh dấu diện tích phần lợi nhuận của doanh nghiệp độc quyền và đặt tên cho nó là X. Đánh dấu diện tích phần thặng dư của người tiêu dùng và đặt tên cho nó là Y. Tương tự, hãy đánh dấu diện tích phần tổn thất vô ích và đặt tên là Z.

c. Bây giờ hãy giả sử doanh nghiệp độc quyền có thể thực hiện phân biệt giá một cách hoàn hảo, vậy lợi nhuận mà họ đạt được là bao nhiêu? (Hãy trả lời câu hỏi này bằng cách sử dụng các ký hiệu X, Y, và Z).

d. Hành vi phân biệt giá đã thay đổi lợi nhuận của doanh nghiệp độc quyền này và mức tổng thặng dư như thế nào? Sự thay đổi nào lớn hơn? Giải thích. (Hãy trả lời câu hỏi này bằng cách sử dụng các ký hiệu X, Y, và Z).

e. Giả sử hành vi phân biệt giá này làm phát sinh chi phí. Để biểu diễn chi phí phát sinh này, chúng ta hãy giả định doanh nghiệp độc quyền phải trả một khoản chi phí cố định là C để thực hiện hành vi phân biệt giá. Doanh nghiệp độc quyền này sẽ quyết định việc chi trả khoản phí cố định C này như thế nào? (Hãy trả lời câu hỏi này bằng cách sử dụng các ký hiệu X, Y, Z và C)

f. Nếu chủ doanh nghiệp này là một nhà hoạch định xã hội tốt bụng, người quan tâm tới mức tổng thặng dư, người này sẽ quyết định liệu doanh nghiệp độc quyền có nên thực hiện chính sách phân biệt giá hay không như thế nào? (Hãy trả lời câu hỏi này bằng cách sử dụng các ký hiệu X, Y, Z và C).

g. Hãy so sánh các câu trả lời của bạn giữa Câu (e) và Câu (f). Động cơ để thực hiện hành vi phân biệt giá của doanh nghiệp độc quyền và của nhà hoạch định xã hội khác nhau như thế nào? Liệu doanh nghiệp độc quyền có thực hiện hành vi phân biệt giá ngay cả khi điều này không được xã hội mong chờ?

12. Một doanh nghiệp sản xuất và bán những quả bóng (đá) duy nhất ở quận Wiknam, và các hoạt động kinh doanh quốc tế đối với bóng là không được phép. Các phương trình dưới đây mô tả chi phí biên, doanh thu biên, tổng chi phí và cầu của doanh nghiệp độc quyền này:

$$\begin{aligned} \text{Cầu:} \quad & P = 10 - Q \\ \text{Doanh thu biên:} \quad & MR = 10 - 2Q \\ \text{Tổng chi phí:} \quad & TC = 3 + Q + 0{,}5Q^2 \\ \text{Chi phí biên:} \quad & MC = 1 + Q \end{aligned}$$

Trong đó Q là mức sản lượng và P là mức giá được tính bằng đô la Wiknam

a. Doanh nghiệp độc quyền này sẽ sản xuất ở mức sản lượng nào? Và lợi nhuận mà họ thu được là bao nhiêu?

b. Một ngày nọ, Vua của Wiknam ra một sắc lệnh tự do hóa thương mại ngành sản xuất bóng kể cả xuất khẩu và nhập khẩu, ở mức giá của thế giới là 6 đô la. Bây giờ, doanh nghiệp là người chấp nhận giá trong một thị trường cạnh tranh. Điều gì sẽ xảy ra với thị trường bóng nội địa và Wiknam sẽ xuất khẩu hay nhập khẩu bóng?

c. Trong phân tích của chúng ta về thương mại quốc tế ở Chương 9, một quốc gia sẽ xuất khẩu khi giá trước khi có thương mại quốc tế thấp hơn

giá thế giới và nhập khẩu khi giá cao hơn giá thế giới. Điều này có tác động tới các câu trả lời trong phần (a) và phần (b) không? Giải thích.

d. Giả sử giá thế giới không phải là 6 đô la, thay vào đó, nó bằng đúng giá trong nước trước khi có thương mại quốc tế được xác định trong Câu (a). Liệu việc cấp phép thương mại quốc tế có làm thay đổi nền kinh tế của Wiknam hay không? Giải thích. Kết quả này có mối liên hệ với những phân tích trong Chương 9 như thế nào?

13. Dựa trên một nghiên cứu thị trường, một công ty sản xuất phim ở Ectenia có được những thông tin về lượng cầu và chi phí sản xuất DVD mới của họ, như sau:

$$\begin{aligned} \text{Cầu:} \quad & P = 1.000 - 10Q \\ \text{Tổng doanh thu:} \quad & TR = 1.000Q - 10Q^2 \\ \text{Doanh thu biên:} \quad & MR = 1.000 - 20Q \\ \text{Chi phí biên:} \quad & MC = 100 + 10Q \end{aligned}$$

Trong đó Q là số lượng DVD bán được, và P là giá được tính bằng đô la Ectenia

a. Hãy tìm mức giá và mức sản lượng tối đa hóa lợi nhuận cho công ty này.

b. Hãy tìm mức giá và mức sản lượng tối đa hóa phúc lợi xã hội.

c. Hãy tính mức tổn thất vô ích do sự độc quyền gây ra.

d. Giả sử ngoài những chi phí ở trên còn có khoản phải trả cho giám đốc của hãng phim. Công ty đã xem xét 4 phương án sau:

   i. Một mức phí không đổi 2.000 đô la

   ii. 50% lợi nhuận thu được.

   iii. 150 đô la cho mỗi sản phẩn bán được

   iv. 50% mức doanh thu.

Ở mỗi phương án, hãy tính toán mức giá và mức sản lượng tối đa hóa lợi nhuận. Trong số bốn phương án này, phương án nào làm thay đổi tổn thất vô ích do độc quyền gây ra? Giải thích.

Để biết thêm thông tin về chủ đề của chương này, hãy ghé thăm website của chúng tôi tại *www.cengage.com/international* để xem thêm bài tập, ứng dụng, ví dụ, các bài kiểm tra trực tuyến và các nội dung khác.

16
CẠNH TRANH ĐỘC QUYỀN

Bạn tới một nhà sách để mua một cuốn để đọc trong kỳ nghỉ sắp tới. Trên kệ sách, bạn thấy một cuốn truyện trinh thám của Sue Grafton, một cuốn truyện kinh dị của Stephen King, một cuốn lịch sử của David McCullough, một cuốn truyện tình ma cà rồng của Stephenie Meyer, và nhiều cuốn khác. Khi bạn chọn một cuốn và mua nó, bạn đang tham gia vào loại thị trường nào?

Một mặt, thị trường sách có vẻ là một thị trường cạnh tranh bởi vì khi bạn nhìn quanh các kệ sách, bạn sẽ thấy có nhiều tác giả và nhà xuất bản cạnh tranh nhau để thu hút bạn. Người mua trong thị trường này có thể chọn một trong số hàng nghìn các sản phẩm cạnh tranh nhau. Và bởi vì ai cũng có thể gia nhập vào ngành công nghiệp này bằng cách viết và xuất bản sách, ngành kinh doanh sách không phải là một ngành mang lại lợi nhuận cao. Cứ mỗi tác giả được trả cao, thì có hàng trăm tác giả khác đang cạnh tranh với anh ta.

Mặt khác, thị trường sách cũng có vẻ là một thị trường độc quyền. Bởi vì mỗi cuốn sách là duy nhất, các nhà xuất bản toàn quyền trong việc chọn mức giá nào để bán. Những người bán hàng trong thị trường này là những người quyết định giá, hơn là những người chấp nhận giá. Và thực ra, giá sách cũng cao hơn chi phí biên rất nhiều. Giá của một cuốn tiểu thuyết bìa cứng thông thường khoảng 25 đô la, trong khi chi phí in thêm một bản khác là chưa tới 5 đô la.

Thị trường tiểu thuyết không phù hợp với mô hình cạnh tranh hay mô hình độc quyền. Thay vào đó, nó là mô hình cạnh tranh độc quyền, là chủ đề nghiên cứu của chương này. Thoạt nhìn thuật ngữ "*cạnh tranh độc quyền*" có vẻ mâu thuẫn lẫn nhau khi đứng chung với nhau, giống như thuật ngữ "tôm khổng lồ". Nhưng chúng ta sẽ thấy rằng, các ngành cạnh tranh độc quyền vừa mang tính độc quyền vừa mang tính cạnh tranh. Mô hình này không chỉ diễn tả mỗi ngành công nghiệp xuất bản mà còn cho thị trường nhiều loại hàng hóa và dịch vụ khác.

GIỮA ĐỘC QUYỀN VÀ CẠNH TRANH HOÀN HẢO

Trong hai chương trước, chúng ta đã phân tích các thị trường với nhiều doanh nghiệp cạnh tranh và các thị trường với một doanh nghiệp độc quyền duy nhất.

Trong Chương 14, chúng ta đã thấy rằng giá bán trong thị trường cạnh tranh hoàn hảo luôn bằng chi phí biên của việc sản xuất. Chúng ta cũng đã thấy rằng, trong dài hạn, sự gia nhập và rút lui khỏi ngành sẽ làm cho lợi nhuận kinh tế bằng 0, do đó giá bán cũng bằng tổng chi phí bình quân. Trong Chương 15, chúng ta cũng thấy được các doanh nghiệp độc quyền sử dụng quyền lực thị trường của họ để duy trì mức giá cao hơn mức chi phí biên, và điều này mang lại mức lợi nhuận kinh tế dương cho các doanh nghiệp và tổn thất vô ích cho xã hội. Cạnh tranh và độc quyền là hai thái cực của cấu trúc thị trường. Cạnh tranh xảy ra khi có nhiều doanh nghiệp trong một thị trường bán những sản phẩm gần như tương tự nhau; còn độc quyền xảy ra khi chỉ có một doanh nghiệp duy nhất trong một thị trường.

Mặc dù các trường hợp về cạnh tranh hoàn hảo và độc quyền minh họa cho một số ý tưởng quan trọng về việc các thị trường hoạt động như thế nào, hầu hết các thị trường trong một nền kinh tế đều có các yếu tố của cả hai trường hợp này, và do đó không thể sử dụng một trong số hai trường hợp để diễn đạt các thị trường một cách hoàn chỉnh. Một doanh nghiệp thông thường trong một nền kinh tế phải chịu sự cạnh tranh, nhưng sự cạnh tranh đó không gay gắt đến nỗi buộc họ phải chấp nhận giá giống như các doanh nghiệp được phân tích trong Chương 14. Một doanh nghiệp thông thường ở một mức độ nào đó cũng có chút quyền lực thị trường, nhưng không lớn đến mức có thể sử dụng mô hình độc quyền trong Chương 15 để mô tả họ. Nói cách khác, nhiều ngành sẽ nằm ở giữa hai thái cực: cạnh tranh hoàn hảo và độc quyền. Các nhà kinh tế gọi đây là *cạnh tranh không hoàn hảo*.

Một dạng của thị trường cạnh tranh không hoàn hảo là thị trường **độc quyền nhóm**[1] trong đó chỉ có một vài người bán và mỗi người bán một sản phẩm giống hoặc tương tự các sản phẩm của những người bán khác. Các nhà kinh tế đo lường mức độ thống trị thị trường của một số doanh nghiệp bằng một thước đo thống kê có tên gọi là *tỷ lệ tập trung*, là tỷ lệ tổng sản lượng được cung cấp bởi bốn doanh nghiệp lớn nhất trên thị trường. Trong nền kinh tế Hoa Kỳ, hầu hết các ngành đều có tỷ lệ tập trung bốn doanh nghiệp dưới 50 phần trăm, nhưng trong một số ngành, các doanh nghiệp lớn nhất này có vai trò lớn hơn. Những ngành có tỷ lệ tập trung cao là ngũ cốc (là ngành có tỷ lệ tập trung 78%), sản xuất máy bay (81%), bóng đèn điện (89%), thiết bị giặt gia dụng (93%), và thuốc lá (95%). Những ngành này là những minh họa rõ nhất cho thị trường độc quyền nhóm.

Dạng thứ hai của thị trường cạnh tranh không hoàn hảo được gọi là **cạnh tranh độc quyền**[2]. Dạng thị trường này diễn tả một cấu trúc thị trường có nhiều doanh nghiệp bán các sản phẩm giống nhau nhưng không giống nhau một cách tuyệt đối. Trên thị trường cạnh tranh độc quyền, mỗi doanh nghiệp chỉ độc quyền đối với sản phẩm mà họ sản xuất, nhưng nhiều doanh nghiệp khác cũng sản xuất các sản phẩm giống như vậy để cạnh tranh giành khách hàng.

---

1. **Độc quyền nhóm**: cấu trúc thị trường mà ở đó chỉ có một vài người bán những sản phẩm tương tự hoặc đồng nhất.
2. **Cạnh tranh độc quyền**: một cấu trúc thị trường trong đó nhiều doanh nghiệp bán những sản phẩm tương tự nhưng không đồng nhất.

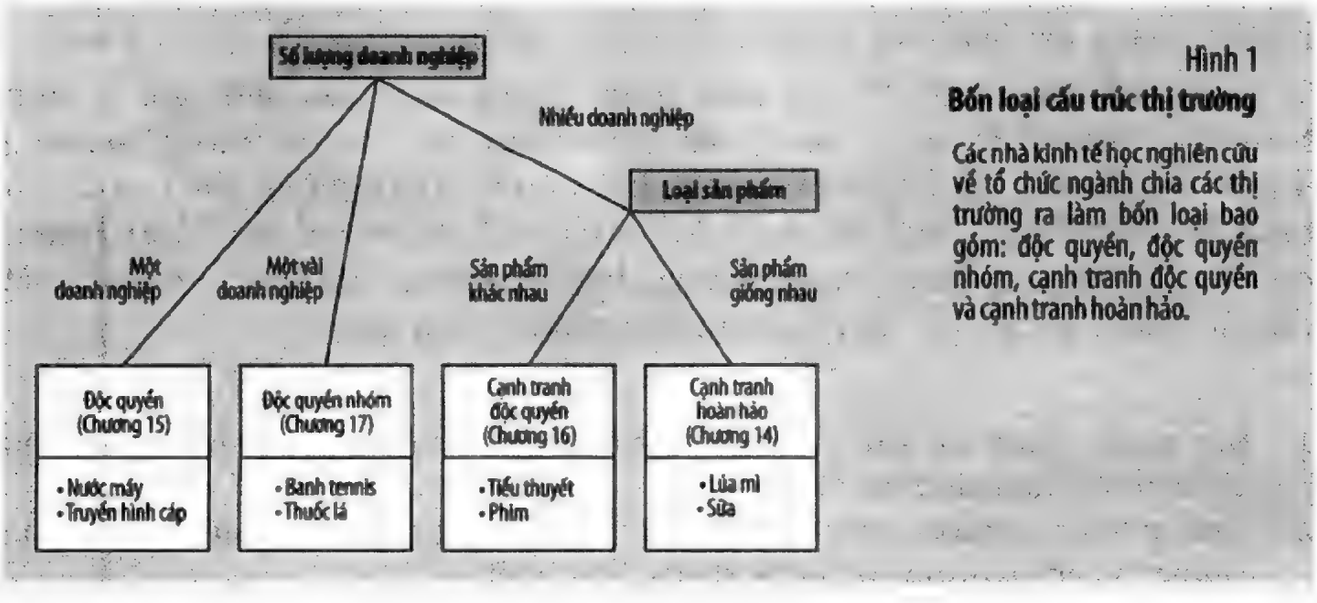
Chính xác hơn, thị trường cạnh tranh độc quyền diễn tả một thị trường có các đặc điểm sau:

- *Nhiều người bán:* Có nhiều doanh nghiệp cạnh tranh nhau để thu hút cùng một nhóm khách hàng.
- *Sản phẩm khác biệt:* Mỗi doanh nghiệp sản xuất một sản phẩm ít nhất cũng khác đôi chút so với những sản phẩm của các doanh nghiệp khác. Do đó, thay vì là người chấp nhận giá, mỗi doanh nghiệp có một đường cầu dốc xuống.
- *Tự do gia nhập và rời bỏ:* Các doanh nghiệp có thể gia nhập hoặc rời khỏi thị trường mà không bị hạn chế gì. Do đó, số lượng các doanh nghiệp trong thị trường sẽ thay đổi cho đến khi lợi nhuận kinh tế bằng 0.

Rất dễ liệt kê một danh sách các thị trường có những đặc điểm này như: thị trường sách, DVD, trò chơi điện tử, nhà hàng, lớp học piano, bánh, quần áo, v.v...

Cạnh tranh độc quyền, cũng giống như thị trường độc quyền nhóm, là một cấu trúc thị trường nằm giữa hai thái cực: cạnh tranh và độc quyền. Tuy nhiên, thị trường độc quyền nhóm và cạnh tranh độc quyền cũng có nhiều điểm khác nhau. Độc quyền nhóm khác với cạnh tranh hoàn hảo ở Chương 14 bởi vì trên thị trường này chỉ có một vài người bán. Số lượng những người bán nhỏ làm cho sự cạnh tranh trở nên kém gay gắt hơn và các tương tác chiến thuật giữa họ trở nên cực kỳ quan trọng. Ngược lại, trên thị trường cạnh tranh độc quyền, có nhiều người bán, và mỗi người đều trở nên nhỏ bé nếu so với quy mô thị trường. Thị trường cạnh tranh độc quyền khác với thị trường cạnh tranh hoàn hảo bởi vì sản phẩm của mỗi người bán khác nhau đôi chút.

Hình 1 tóm tắt bốn loại cấu trúc thị trường. Câu hỏi đầu tiên đặt ra cho bất cứ thị trường nào là có bao nhiêu doanh nghiệp. Nếu chỉ có duy nhất một doanh nghiệp, đó là thị trường độc quyền. Nếu chỉ có một vài doanh nghiệp thì đó là thị trường độc quyền nhóm. Nếu có nhiều doanh nghiệp thì chúng ta cần hỏi một câu hỏi khác: Các doanh nghiệp đó bán các sản phẩm y hệt nhau hay khác nhau? Nếu các doanh nghiệp đó bán các sản phẩm khác nhau, đó là thị trường cạnh



Hình 1
Bốn loại cấu trúc thị trường

Các nhà kinh tế học nghiên cứu về tổ chức ngành chia các thị trường ra làm bốn loại bao gồm: độc quyền, độc quyền nhóm, cạnh tranh độc quyền và cạnh tranh hoàn hảo.

tranh độc quyền. Còn nếu các doanh nghiệp đó bán các sản phẩm y hệt nhau, thì đó là thị trường cạnh tranh hoàn hảo.

Thực tế bao giờ cũng phức tạp hơn lý thuyết, nhiều lúc bạn có thể thấy khó khăn trong việc quyết định xem cấu trúc nào sẽ mô tả tốt nhất cho thị trường. Ví dụ, không có con số màu nhiệm nào có thể phân biệt giữa "một vài" và "nhiều" khi nói về số lượng các doanh nghiệp. (Với 12 công ty hiện đang bán xe hơi ở Mỹ, thị trường này là một thị trường độc quyền nhóm hay một trường cạnh tranh? Vẫn còn nhiều tranh cãi xung quanh câu trả lời cho câu hỏi này.) Tương tự, không có một cách chắc chắn nào để xác định các sản phẩm là khác biệt hay y hệt nhau. (Các nhãn hiệu sữa khác nhau có thực sự giống nhau hay không? Câu trả lời, một lần nữa, là không rõ ràng). Khi phân tích từng thị trường thực tế, các nhà kinh tế học cần phải lưu ý các bài học về tất cả các loại cấu trúc thị trường đã được học và sau đó áp dụng mỗi bài một cách phù hợp nhất.

Như vậy, sau khi tìm hiểu các nhà kinh tế học định nghĩa các loại cấu trúc thị trường như thế nào và chúng ta sẽ tiếp tục phân tích từng loại cụ thể. Trong chương tiếp theo, chúng ta sẽ phân tích thị trường độc quyền nhóm. Ở chương này, chúng ta sẽ xem xét thị trường cạnh tranh độc quyền.

KIỂM TRA NHANH: *Hãy định nghĩa thị trường độc quyền nhóm và thị trường cạnh tranh độc quyền và cho ví dụ về mỗi loại thị trường này.*

CẠNH TRANH BẰNG CÁC SẢN PHẨM KHÁC BIỆT

Để tìm hiểu về các thị trường cạnh tranh độc quyền, chúng ta hãy bắt đầu bằng cách xem xét các quyết định của từng doanh nghiệp đơn lẻ. Chúng ta sẽ xem điều gì sẽ xảy ra khi các doanh nghiệp gia nhập và rời bỏ khỏi ngành. Tiếp đó, chúng ta sẽ so sánh trạng thái cân bằng trong thị trường cạnh tranh độc quyền với trạng thái cân bằng của thị trường cạnh tranh hoàn hảo mà chúng ta đã phân tích trong Chương 14. Cuối cùng, chúng ta sẽ xem xét xem liệu những kết cục trong thị trường cạnh tranh độc quyền có được mong đợi hay không nếu xét từ quan điểm của toàn xã hội.

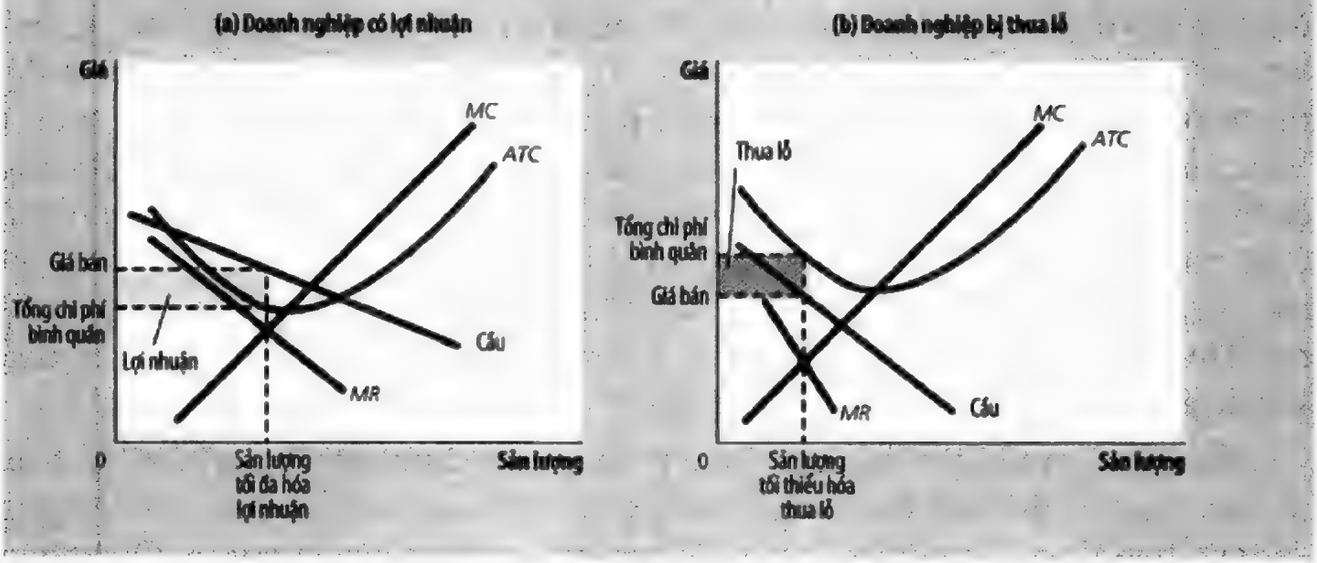
Doanh nghiệp cạnh tranh độc quyền trong ngắn hạn

Mỗi doanh nghiệp trong thị trường cạnh tranh độc quyền, xét theo nhiều nghĩa, cũng giống như một doanh nghiệp độc quyền. Bởi vì sản phẩm của họ khác với những sản phẩm của các doanh nghiệp khác, họ có một đường cầu dốc xuống. (Ngược lại, doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo có đường cầu nằm ngang tại mức giá thị trường.) Do đó, doanh nghiệp cạnh tranh độc quyền cũng tuân theo nguyên tắc tối đa hóa lợi nhuận của doanh nghiệp độc quyền, đó là: họ sẽ chọn mức sản lượng mà tại đó doanh thu biên bằng với chi phí biên, và sau đó sử dụng đường cầu của họ để tìm ra mức giá mà họ có thể bán hết mức sản lượng đó.

Hình 2 biểu diễn đường chi phí, đường cầu và đường doanh thu biên của hai doanh nghiệp thông thường trong hai thị trường cạnh tranh độc quyền khác

Các doanh nghiệp cạnh tranh độc quyền, cũng giống như doanh nghiệp độc quyền, tối đa hóa lợi nhuận bằng cách sản xuất tại mức sản lượng mà ở đó chi phí biên bằng doanh thu biên. Doanh nghiệp trong Hình (a) thu được lợi nhuận bởi vì tại mức sản lượng này, giá bán cao hơn tổng chi phí bình quân. Doanh nghiệp trong Hình (b) thua lỗ bởi vì tại mức sản lượng này, giá bán thấp hơn tổng chi phí bình quân.

Hình 2
Các doanh nghiệp cạnh tranh độc quyền trong ngắn hạn



nhau. Trong cả hai biểu đồ của Hình 2, sản lượng tối đa hóa lợi nhuận được tìm thấy tại điểm giao nhau giữa đường chi phí biên và đường doanh thu biên. Cả hai đồ thị trong hình đều cho thấy các kết quả khác khau về lợi nhuận của doanh nghiệp. Trong Hình 2(a), giá cao hơn tổng chi phí bình quân, do đó doanh nghiệp thu được lợi nhuận. Trong Hình 2(b), giá thấp hơn tổng chi phí bình quân, do đó điều tốt nhất mà doanh nghiệp có thể làm là hạn chế thua lỗ.

Tất cả những điều này đều có vẻ quen thuộc với chúng ta. Doanh nghiệp cạnh tranh độc quyền chọn mức sản lượng và mức giá giống như một doanh nghiệp độc quyền. Trong ngắn hạn, hai loại cấu trúc thị trường này giống nhau.

Cân bằng trong dài hạn

Các tình huống được mô tả trong Hình 2 chỉ diễn ra trong ngắn hạn. Khi doanh nghiệp thu được lợi nhuận, như ở Hình 2(a), sẽ xuất hiện động cơ để các doanh nghiệp khác gia nhập vào thị trường. Sự gia nhập này sẽ làm gia tăng số lượng các sản phẩm mà khách hàng có thể chọn và do đó làm giảm lượng cầu của mỗi doanh nghiệp đang hoạt động trên thị trường. Nói cách khác, lợi nhuận khuyến khích sự gia nhập và sự gia nhập làm đường cầu của mỗi doanh nghiệp hiện có dịch chuyển sang trái. Khi lượng cầu của các doanh nghiệp hiện có giảm, lợi nhuận của các doanh nghiệp này cũng giảm.

Ngược lại, khi thua lỗ giống như ở Hình 2(b), các doanh nghiệp sẽ có động cơ rời bỏ thị trường này. Khi các doanh nghiệp rời bỏ thị trường, người tiêu dùng sẽ có ít sản phẩm để lựa chọn hơn. Sự sụt giảm số lượng các doanh nghiệp sẽ làm tăng lượng cầu của các doanh nghiệp ở lại thị trường. Nói cách khác, thua lỗ khuyến khích sự rời bỏ thị trường và điều này làm đường cầu của các doanh nghiệp còn lại dịch chuyển sang phải. Khi cầu về các sản phẩm của các doanh nghiệp ở lại tăng lên, lợi nhuận của họ sẽ tăng lên (có nghĩa là thua lỗ sẽ giảm xuống).

Quá trình gia nhập và rời bỏ này sẽ tiếp tục cho đến khi các doanh nghiệp trong thị trường thu được lợi nhuận kinh tế đúng bằng 0. Hình 3 mô tả trạng thái cân bằng trong dài hạn. Một khi thị trường đạt được điểm cân bằng này, các doanh nghiệp mới sẽ không còn động cơ để gia nhập và các doanh nghiệp đang tồn tại cũng không có động cơ để rời bỏ.

Hãy lưu ý rằng đường cầu trong hình này chỉ vừa chạm đường tổng chi phí bình quân. Trong toán học, chúng ta gọi hai đường này là *tiếp tuyến* với nhau. Hai đường này phải tiếp xúc nhau khi sự gia nhập và rời bỏ thị trường làm cho lợi nhuận bằng 0. Do lợi nhuận trên mỗi đơn vị sản phẩm bán được chính là phần chênh lệch giữa giá bán (được xác định trên đường cầu) và tổng chi phí bình quân, lợi nhuận tối đa bằng 0 chỉ khi hai đường này chạm nhau nhưng không cắt nhau. Một điểm cần chú ý khác là sự giao nhau xảy ra tại cùng một mức sản lượng mà tại đó doanh thu biên bằng chi phí biên. Việc hai điểm này cùng nằm trên một đường thẳng không phải là một sự tình cờ: nó là điều bắt buộc vì mức sản lượng cụ thể này sẽ tối đa hóa mức lợi nhuận và lợi nhuận tối đa sẽ bằng 0 trong dài hạn.

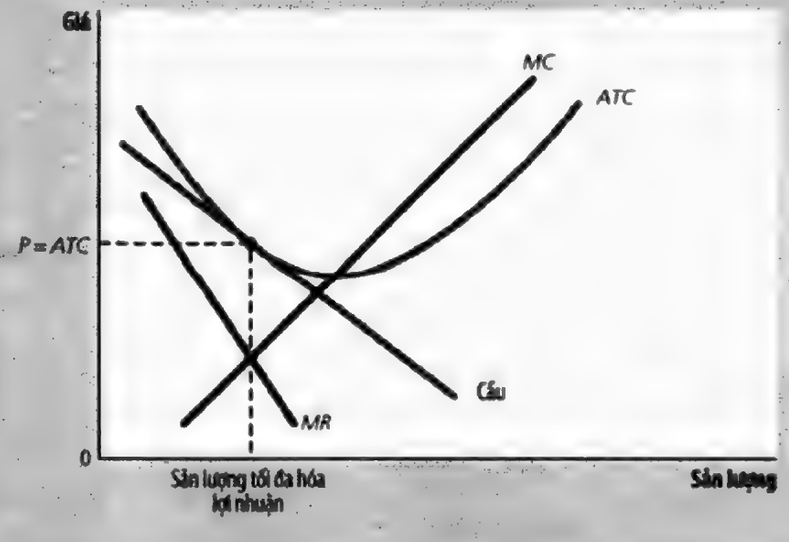
Tóm lại, hai đặc điểm của trạng thái cân bằng dài hạn trong thị trường cạnh tranh độc quyền là:

- Giống như thị trường độc quyền, giá cao hơn chi phí biên. Kết luận này có được là bởi vì việc tối đa hóa lợi nhuận đòi hỏi doanh thu biên phải bằng chi phí biên và bởi vì đường cầu dốc xuống làm cho doanh thu biên nhỏ hơn giá bán.
- Giống như trong thị trường cạnh tranh, giá bán bằng tổng chi phí bình quân. Kết luận này có được là do việc tự do gia nhập và rời bỏ thị trường sẽ làm cho lợi nhuận kinh tế tiến về 0.

Đặc điểm thứ hai cho thấy cạnh tranh độc quyền khác với độc quyền như thế nào. Do doanh nghiệp độc quyền là người bán duy nhất của một sản phẩm không có hàng hóa thay thế gần gũi, họ có thể thu được mức lợi nhuận dương, thậm chí trong dài hạn. Ngược lại, bởi vì có sự tự do gia nhập vào thị trường cạnh tranh độc

Hình 3
Các doanh nghiệp cạnh tranh độc quyền trong dài hạn

Trên thị trường cạnh tranh độc quyền, khi doanh nghiệp có lợi nhuận, các doanh nghiệp mới sẽ gia nhập, và đường cầu của các doanh nghiệp đang hoạt động sẽ dịch chuyển sang trái. Tương tự, khi các doanh nghiệp thua lỗ, các doanh nghiệp cũ sẽ rời bỏ thị trường, và đường cầu của các doanh nghiệp còn lại sẽ dịch chuyển sang phải. Bởi vì sự dịch chuyển của đường cầu, doanh nghiệp cạnh tranh độc quyền cuối cùng cũng tìm ra được điểm cân bằng trong dài hạn được thể hiện ở đây. Ở điểm cân bằng trong dài hạn này, giá bằng tổng chi phí bình quân và lợi nhuận mà doanh nghiệp thu được là bằng 0.



quyền, lợi nhuận kinh tế của doanh nghiệp trong loại thị trường này sẽ bị giảm xuống bằng 0.

Cạnh tranh độc quyền và cạnh tranh hoàn hảo

Hình 4 so sánh trạng thái cân bằng dài hạn trong thị trường cạnh tranh độc quyền với trạng thái cân bằng dài hạn trong thị trường cạnh tranh hoàn hảo (Chúng ta đã thảo luận về thị trường cạnh tranh hoàn hảo trong Chương 14). Có hai điểm khác biệt đáng chú ý giữa cạnh tranh độc quyền và cạnh tranh hoàn hảo: sự dư thừa năng lực sản xuất và sự chênh lệch giữa giá bán và chi phí biên.

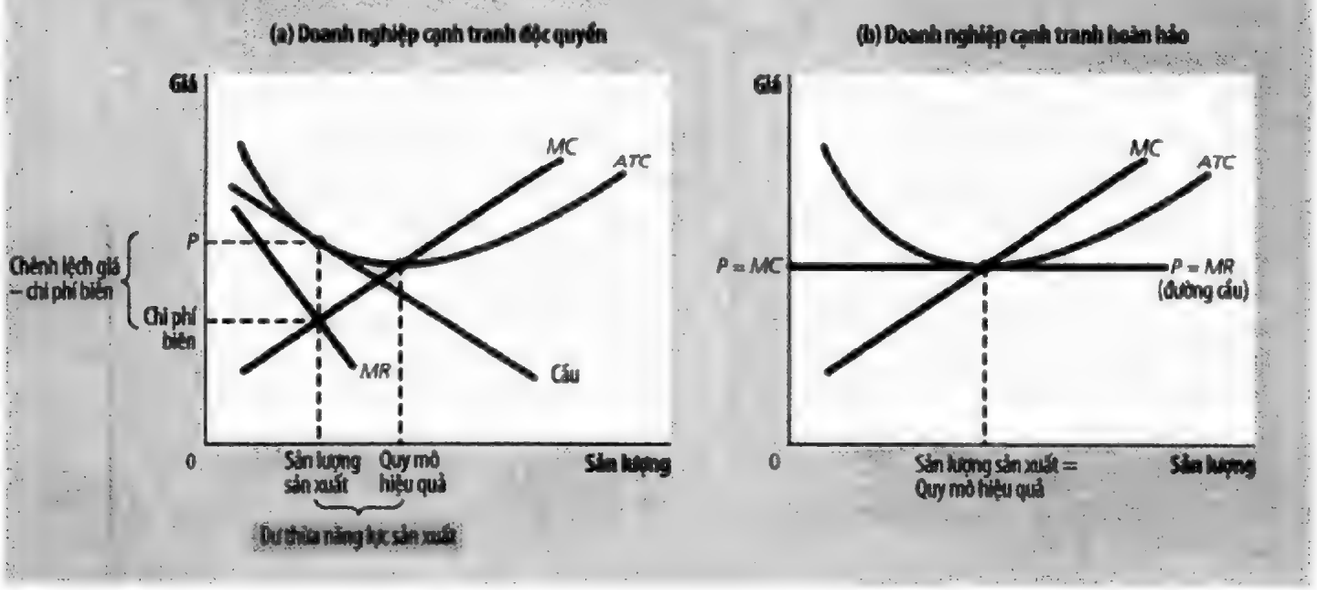
Dư thừa năng lực sản xuất Như chúng ta vừa thấy, việc gia nhập và rời bỏ thị trường dẫn các doanh nghiệp trên thị trường cạnh tranh độc quyền tới điểm tiếp xúc giữa đường cầu và đường tổng chi phí bình quân. Hình 4(a) cho thấy mức sản lượng tại điểm này nhỏ hơn mức sản lượng tối thiểu hóa tổng chi phí bình quân. Do đó, trên thị trường cạnh tranh độc quyền, các doanh nghiệp sản xuất trên đoạn dốc xuống của đường tổng chi phí bình quân.

Về mặt này, cạnh tranh độc quyền trái ngược hoàn toàn với cạnh tranh hoàn hảo. Giống như trong Hình 4(b), việc tự do gia nhập vào thị trường cạnh tranh làm cho các doanh nghiệp sản xuất tại điểm mà ở đó tổng chi phí bình quân là nhỏ nhất.

Mức sản lượng mà ở đó tổng chi phí bình quân nhỏ nhất được gọi là *quy mô hiệu quả* của doanh nghiệp. Trong dài hạn, các doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo sản xuất ở mức quy mô hiệu quả, trong khi đó các doanh nghiệp cạnh tranh độc quyền lại sản xuất ở mức thấp hơn. Các doanh nghiệp trong thị trường cạnh tranh độc quyền được cho là *dư thừa năng lực sản xuất*. Nói cách khác, khác với doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo, doanh nghiệp cạnh tranh độc quyền có khả

Hình (a) cho thấy điểm cân bằng trong dài hạn trên thị trường cạnh tranh độc quyền, còn Hình (b) cho thấy điểm cân bằng trong dài hạn trên thị trường cạnh tranh hoàn hảo. Hai điểm khác biệt rõ rệt ở đây là: (1) Doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo sản xuất ở quy mô có hiệu quả, tại đó tổng chi phí bình quân là nhỏ nhất. Ngược lại doanh nghiệp cạnh tranh độc quyền sản xuất ở quy mô nhỏ hơn mức có hiệu quả. (2) Trên thị trường cạnh tranh hoàn hảo, giá bán bằng chi phí biên, nhưng trên thị trường cạnh tranh độc quyền thì giá bán lại cao hơn chi phí biên.

Hình 4
Cạnh tranh độc quyền và cạnh tranh hoàn hảo



năng tăng mức sản lượng và giảm mức tổng chi phí bình quân. Các doanh nghiệp bỏ qua cơ hội này vì họ cần phải giảm giá bán để bán được thêm hàng hóa. Hoạt động với sự dư thừa trong năng lực sản xuất sẽ mang lại lợi nhuận lớn hơn cho doanh nghiệp cạnh tranh độc quyền.

Định giá cao hơn chi phí biên Điểm khác biệt thứ hai giữa cạnh tranh hoàn hảo và cạnh tranh độc quyền nằm ở mối quan hệ giữa giá bán và chi phí biên. Đối với doanh nghiệp cạnh tranh, như được thể hiện trong Hình 4b, giá bán bằng chi phí biên. Đối với doanh nghiệp cạnh tranh độc quyền, như ở Hình 4a, giá bán cao hơn chi phí biên bởi vì doanh nghiệp này luôn có quyền lực thị trường ở một mức độ nào đó.

Vậy việc định giá cao hơn chi phí biên gắn liền với việc tự do gia nhập và lợi nhuận bằng 0 như thế nào? Điều kiện lợi nhuận bằng 0 chỉ đảm bảo rằng giá bán bằng tổng chi phí bình quân, chứ *không* đảm bảo việc giá bán bằng chi phí biên. Thực ra, tại điểm cân bằng trong dài hạn, các doanh nghiệp cạnh tranh độc quyền hoạt động trên đoạn dốc xuống của đường tổng chi phí bình quân, vì vậy chi phí biên thấp hơn tổng chi phí bình quân. Do đó, để giá bán bằng tổng chi phí bình quân, giá bán phải cao hơn chi phí biên.

Trong mối quan hệ giữa giá bán và chi phí biên này, chúng ta có thể thấy được một điểm khác biệt quan trọng trong hành vi giữa các doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo và các doanh nghiệp cạnh tranh độc quyền. Giả sử, bạn sẽ hỏi một doanh nghiệp rằng: "Anh có muốn nhìn thấy thêm một khách hàng đi vào và sẵn sàng mua sản phẩm của anh tại mức giá hiện tại hay không?" Doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo sẽ trả lời rằng họ không quan tâm. Bởi vì giá bán bằng chi phí biên, lợi nhuận từ một đơn vị hàng hóa bán thêm là 0. Ngược lại, doanh nghiệp cạnh tranh độc quyền luôn muốn có thêm một khách hàng nữa. Do giá bán cao hơn chi phí biên, một đơn vị hàng hóa bán được thêm tại mức giá niêm yết sẽ mang lại nhiều lợi nhuận hơn.

Nói một cách hài hước, thị trường cạnh tranh độc quyền là các thị trường mà ở đó người bán gửi thiệp giáng sinh cho người mua. Việc cố gắng thu hút thêm khách hàng chỉ có ý nghĩa khi giá bán cao hơn chi phí biên.

Cạnh tranh độc quyền và phúc lợi xã hội

Liệu kết cục trên thị trường cạnh tranh độc quyền có đáng mong muốn hay không, nếu xét trên quan điểm xã hội? Các nhà hoạch định chính sách có thể cải thiện được kết quả đó hay không? Ở các chương trước, chúng ta đã đánh giá các thị trường từ quan điểm hiệu quả – đó là, liệu xã hội có nhận được phần lớn nhất có thể có từ các nguồn lực khan hiếm của nó. Chúng ta đã thấy rằng, thị trường cạnh tranh sẽ đạt được kết cục có hiệu quả nếu như không có các ngoại tác và thị trường độc quyền sẽ dẫn tới những tổn thất vô ích. Thị trường cạnh tranh độc quyền phức tạp hơn hai trường hợp này, vì vậy việc đo lường phúc lợi xã hội trong thị trường cạnh tranh độc quyền là một bài toán phức tạp hơn.

Một nguyên nhân của việc thiếu hiệu quả là phần chênh lệch giữa giá và chi phí biên. Bởi vì phần chênh lệch này, một số người tiêu dùng xác định giá

trị của hàng hóa cao hơn chi phí biên (nhưng thấp hơn giá bán) sẽ không mua hàng hóa đó.

Do đó, thị trường cạnh tranh độc quyền cũng gây ra tổn thất vô ích do việc định giá độc quyền.

Dù kết cục này không được mong chờ như kết cục tốt nhất khi giá bằng chi phí biên, nhưng các nhà hoạch định chính sách cũng không dễ giải quyết vấn đề này. Để đảm bảo việc định giá theo mức chi phí biên, các nhà hoạch định cần phải kiểm soát tất cả các doanh nghiệp sản xuất các sản phẩm khác biệt. Vì những sản phẩm như vậy là rất phổ biến trong nền kinh tế, gánh nặng hành chính của sự kiểm soát này sẽ là rất lớn.

Hơn thế nữa, việc kiểm soát các doanh nghiệp cạnh tranh độc quyền sẽ kéo theo tất cả các vấn đề nảy sinh trong quá trình việc kiểm soát các doanh nghiệp độc quyền tự nhiên. Cụ thể, vì các doanh nghiệp cạnh tranh độc quyền đã có lợi nhuận bằng 0, việc bắt buộc họ phải giảm giá xuống bằng chi phí biên sẽ làm cho họ bị thua lỗ. Để giúp họ tiếp tục kinh doanh, nhà nước sẽ phải bù đắp những khoản lỗ này cho họ. Thay vì tăng thuế để chi cho những khoản trợ cấp này, các nhà hoạch định chính sách có thể quyết định sẽ chấp nhận tình trạng không hiệu quả của việc định giá độc quyền.

Ngoài ra, cạnh tranh độc quyền không đạt được hiệu quả xã hội còn ở chỗ: số lượng các doanh nghiệp trong thị trường này có thể không phải là một con số lý tưởng. Có nghĩa là, có thể có quá nhiều hoặc quá ít sự gia nhập. Một cách tiếp cận vấn đề này là xem xét các ngoại tác liên quan đến sự gia nhập. Khi một doanh nghiệp mới xem xét việc gia nhập vào thị trường với một sản phẩm mới, họ chỉ quan tâm tới lợi nhuận có thể đạt được. Tuy nhiên, sự gia nhập của họ sẽ có hai hiệu ứng ngoại tác lên chính họ:

- *Ngoại tác do sự đa dạng của sản phẩm*: Bởi vì người tiêu dùng nhận được một số thặng dư tiêu dùng từ việc xuất hiện một sản phẩm mới, sự gia nhập của một doanh nghiệp mới mang đến một tác động ngoại tác tích cực cho người tiêu dùng.
- *Ngoại tác do đánh cắp thị phần*: Bởi vì các doanh nghiệp khác bị mất khách hàng và giảm lợi nhuận do sự gia nhập của đối thủ cạnh tranh mới, sự gia nhập của một doanh nghiệp mới sẽ gây ra ngoại tác tiêu cực cho các doanh nghiệp hiện đang hoạt động.

Do đó, trong thị trường cạnh tranh độc quyền, việc gia nhập của các doanh nghiệp mới sẽ gây ra các ngoại tác tích cực lẫn tiêu cực. Việc thị trường cạnh tranh độc quyền có quá ít hay quá nhiều sản phẩm sẽ phụ thuộc vào việc loại ngoại tác nào lớn hơn.

Cả hai loại ngoại tác này đều có mối quan hệ chặt chẽ với các điều kiện của cạnh tranh độc quyền. Ngoại tác do sự đa dạng của sản phẩm xuất hiện bởi vì doanh nghiệp mới sẽ bán sản phẩm khác với những sản phẩm của các doanh nghiệp hiện hữu. Ngoại tác do đánh cắp thị phần xuất hiện vì các doanh nghiệp đưa ra mức giá cao hơn chi phí biên, và do đó luôn mong muốn bán được thêm các sản phẩm. Ngược lại, vì các doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo sản xuất các

sản phẩm y hệt nhau và bán ở mức giá bằng chi phí biên, cả hai loại ngoại tác này đều không tồn tại trong thị trường cạnh tranh hoàn hảo.

Cuối cùng, chúng ta chỉ có thể kết luận được rằng thị trường cạnh tranh độc quyền không có tất cả các tính chất phúc lợi đáng mong muốn của thị trường cạnh tranh hoàn hảo. Điều này có nghĩa là bàn tay vô hình không đảm bảo cho việc tối đa hóa tổng thặng dư trong thị trường cạnh tranh độc quyền. Tuy nhiên do sự không đạt hiệu quả là không rõ ràng, khó đo lường và khó sửa chữa, các chính sách công không dễ dàng cải thiện được kết cục thị trường này.

KIỂM TRA NHANH: *Hãy nêu ba đặc điểm chính của thị trường cạnh tranh độc quyền.* • *Hãy vẽ một đồ thị biểu diễn trạng thái cân bằng trong dài hạn của thị trường cạnh tranh độc quyền và giải thích. Trạng thái cân bằng này khác với trạng thái cân bằng trong thị trường cạnh tranh hoàn hảo như thế nào?*

QUẢNG CÁO

Gần như không thể trải qua một ngày trong nền kinh tế hiện đại mà không bị quảng cáo bủa vây. Cho dù bạn đang đọc báo, xem tivi, lướt web hay lái xe ra xa lộ, các doanh nghiệp đều cố gắng thuyết phục bạn mua sản phẩm của họ. Những hành vi này là một đặc điểm tự nhiên của cạnh tranh độc quyền (cũng như một vài ngành độc quyền nhóm). Khi các doanh nghiệp bán các sản phẩm khác nhau và ở mức giá cao hơn chi phí biên, họ có động cơ để quảng cáo nhằm thu hút thêm khách hàng mua sản phẩm của họ.

Số lượng quảng cáo biến động rất lớn giữa các sản phẩm. Các doanh nghiệp bán những hàng hóa tiêu dùng có sự khác biệt lớn như dược phẩm bán không cần đơn thuốc của bác sĩ, nước hoa, nước uống giải khát, lưỡi dao cạo râu, ngũ cốc, thực phẩm dành cho chó, thường chi khoảng 10 cho tới 20% doanh thu cho quảng cáo. Các doanh nghiệp bán các sản phẩm công nghiệp, như máy khoan, thiết bị vệ tinh thông tin liên lạc, thường chi rất ít cho quảng cáo. Và các doanh nghiệp bán các sản phẩm đồng nhất như bột mì, đậu phộng, hay dầu thô thường không chi cho quảng cáo.

Đối với toàn bộ nền kinh tế, khoảng 2% tổng doanh thu của các doanh nghiệp được chi cho quảng cáo. Khoản chi này có nhiều dạng khác nhau bao gồm: quảng cáo trên tivi, radio, trên báo giấy hoặc tạp chí, gửi thư trực tiếp, danh bạ, các biển quảng cáo và quảng cáo trên các trang web.

Tranh luận về quảng cáo

Liệu xã hội có lãng phí các nguồn lực cho quảng cáo? Hay liệu quảng cáo có phải là một việc đáng làm hay không? Việc đánh giá giá trị xã hội của quảng cáo là không dễ và thường gây ra nhiều cuộc tranh luận nóng bỏng giữa các nhà kinh tế. Chúng ta hãy cùng xem xét hai mặt của những cuộc tranh luận này.

Phê phán quảng cáo Những người phê phán quảng cáo cho rằng các doanh nghiệp quảng cáo nhằm tác động tới thị hiếu của mọi người. Nhiều quảng cáo

mang tính tâm lý hơn là cung cấp thông tin. Chẳng hạn như quảng cáo thương mại về một số thương hiệu nước giải khát trên tivi. Những quảng cáo này gần như không cho người xem biết giá bán cũng như chất lượng của sản phẩm. Thay vào đó, nó có thể chỉ chiếu một nhóm người vui vẻ trong một buổi tiệc trên bãi biển vào một ngày chủ nhật đầy nắng và trên tay họ là những lon nước giải khát. Mục tiêu của những quảng cáo này là nhằm chuyển tải một thông điệp vô thức (và tinh tế): "Bạn chỉ có thể có nhiều bạn và vui vẻ, nếu bạn uống sản phẩm của chúng tôi." Những người phê phán quảng cáo cho rằng những quảng cáo như vậy tạo ra nhu cầu không có thực.

Họ cũng cho rằng quảng cáo làm cản trở sự cạnh tranh. Các quảng cáo thường cố gắng thuyết phục khách hàng rằng sự khác biệt giữa các sản phẩm thực ra lớn hơn mọi người vẫn tưởng. Bằng việc làm gia tăng ý thức về sự khác biệt của các sản phẩm và nuôi dưỡng lòng trung thành với thương hiệu, quảng cáo làm cho người mua ít quan tâm hơn tới sự khác biệt về giá cả giữa các sản phẩm giống nhau. Với đường cầu ít co giãn hơn, các doanh nghiệp có thể bán ở mức giá cao hơn so với chi phí biên.

Ủng hộ quảng cáo Những người ủng hộ quảng cáo cho rằng các doanh nghiệp sử dụng quảng cáo để cung cấp thông tin tới người tiêu dùng. Quảng cáo cho biết những thông tin về giá bán của các loại hàng hóa trên thị trường, các sản phẩm mới, và địa chỉ các cửa hàng bán lẻ. Những thông tin này cho phép người tiêu dùng có những lựa chọn tốt hơn về việc mua cái gì, và do đó làm tăng khả năng phân bổ các nguồn lực một cách hiệu quả của thị trường.

Những người ủng hộ cũng cho rằng quảng cáo làm gia tăng sự cạnh tranh. Bởi vì quảng cáo giúp người tiêu dùng nắm được thông tin đầy đủ hơn về tất cả các doanh nghiệp trên thị trường, người tiêu dùng có thể tận dụng lợi thế về sự chênh lệch trong giá bán một cách dễ dàng hơn. Vì vậy, các doanh nghiệp sẽ có ít quyền lực thị trường hơn. Ngoài ra, quảng cáo cũng giúp các doanh nghiệp mới gia nhập dễ dàng hơn bởi vì quảng cáo cung cấp cho họ một phương tiện để thu hút khách hàng từ các doanh nghiệp đang hoạt động.

Theo thời gian, các nhà hoạch định chính sách cũng dần đồng ý với quan điểm rằng quảng cáo có thể làm cho thị trường trở nên cạnh tranh hơn. Một ví dụ quan trọng là việc kiểm soát quảng cáo về một số nghề như luật sư, bác sĩ, và dược sĩ. Trong quá khứ, những người làm trong nghề này đã thành công trong việc đề nghị chính phủ nghiêm cấm quảng cáo trong lĩnh vực của họ vì họ cho rằng quảng cáo là không chuyên nghiệp. Tuy nhiên, trong những năm gần đây, tòa án đã kết luận rằng tác động chính của việc hạn chế quảng cáo sẽ làm giảm sự cạnh tranh. Do đó, họ đã lật lại nhiều đạo luật nghiêm cấm quảng cáo của những người làm trong những lĩnh vực này.

NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG ***Quảng cáo và giá mắt kính***

Quảng cáo có những tác động gì tới giá của một sản phẩm? Một mặt, quảng cáo có thể làm cho khách hàng thấy rằng các sản phẩm khác nhau nhiều hơn so với

họ vẫn nghĩ. Nếu vậy, nó sẽ làm cho thị trường trở nên kém cạnh tranh hơn và đường cầu của các doanh nghiệp ít co giãn hơn, và điều này sẽ dẫn tới việc các doanh nghiệp bán ra ở mức giá cao hơn. Mặt khác, quảng cáo cũng có thể làm cho việc tìm kiếm các doanh nghiệp có mức giá tốt nhất cho người tiêu dùng trở nên dễ dàng hơn. Trong trường hợp này, nó sẽ làm cho thị trường trở nên cạnh tranh hơn và đường cầu của các doanh nghiệp co giãn lớn hơn, và điều này sẽ dẫn tới mức giá thấp hơn.

Trong một bài báo được xuất bản vào năm 1972 trên tạp chí *Journal of Law and Economics*, nhà kinh tế học Lee Benham đã kiểm chứng hai quan điểm về quảng cáo này. Trong những năm 1960 ở Mỹ, chính quyền nhiều bang có các bộ luật khác nhau đối với các quảng cáo về các bác sĩ nhãn khoa. Một số bang cho phép quảng cáo về mắt kính và dịch vụ khám mắt. Tuy nhiên, nhiều bang khác lại nghiêm cấm. Ví dụ như luật của bang Florida nói rằng:

> Sẽ là phạm pháp nếu một cá nhân, doanh nghiệp hay tập đoàn nào quảng cáo một cách trực tiếp hay gián tiếp bằng bất cứ phương tiện nào về giá bán hay các ưu đãi đối với gọng kính, tròng kính hoặc toàn bộ mắt kính thường hay kính thuốc, hay bất cứ dịch vụ nhãn khoa nào... Điều khoản này được thông qua nhằm đảm bảo sức khỏe, sự an toàn, và phúc lợi cộng đồng, và những quy định của nó sẽ được hiểu một cách linh hoạt để thực hiện những mục tiêu và mục đích của nó.

Các bác sĩ nhãn khoa chuyên nghiệp rất ủng hộ những quy định này đối với quảng cáo.

Benham đã sử dụng những sự khác biệt này trong luật của các bang như một thí nghiệm tự nhiên để kiểm chứng hai quan điểm về quảng cáo. Kết quả thu được khá nổi bật. Ở những bang cấm quảng cáo, giá bình quân của một cặp mắt kính là 33 đô la. (Thực ra con số này không thấp như bạn nghĩ, bởi vì đây là giá từ năm 1963 khi đó giá cả thấp hơn bây giờ rất nhiều. Để đổi giá của năm 1963 sang giá đô la hiện tại bạn có thể nhân nó với 7). Ở các bang không cấm quảng cáo, giá bình quân là 26 đô la. Như vậy, quảng cáo làm giá bình quân giảm khoảng 20%. Trong thị trường mắt kính, và có lẽ là trong nhiều thị trường khác nữa, quảng cáo thúc đẩy cạnh tranh và làm cho giá trở nên rẻ hơn cho người tiêu dùng. ■

Quảng cáo – một tín hiệu của chất lượng

Nhiều loại quảng cáo chỉ có rất ít thông tin cụ thể về sản phẩm đang được quảng cáo. Hãy xem xét một doanh nghiệp giới thiệu một loại ngũ cốc ăn sáng mới. Một quảng cáo thông thường có thể có một vài diễn viên được trả thù lao rất cao để thưởng thức loại ngũ cốc này và thốt lên rằng nó thật là ngon làm sao. Đoạn quảng cáo này thực sự cung cấp bao nhiêu thông tin?

Câu trả lời có lẽ nhiều hơn bạn nghĩ. Những người ủng hộ quảng cáo cho rằng ngay cả khi quảng cáo có vẻ như chứa ít thông tin nhưng thực ra lại cho người tiêu dùng biết một vài điều về chất lượng sản phẩm. Chính mức độ sẵn lòng chi một khoản tiền lớn cho quảng cáo của doanh nghiệp là một *dấu hiệu* về chất lượng của sản phẩm đang được bán cho người tiêu dùng.

BẠN CÓ BIẾT *Galbraith đối đầu Hayek*

Hai nhà kinh tế học lớn của thế kỷ 20 là John Kenneth Galbraith và Friedrich Hayek. Họ có các quan điểm khác nhau về quảng cáo, là thứ phản ánh quan điểm của họ về hệ thống tư bản một cách rộng lớn hơn.

Cuốn sách nổi tiếng nhất của John Kenneth Galbraith là *Xã hội khá giả (The Affluent Society)*, xuất bản năm 1958. Trong đó, ông cho rằng các tập đoàn sử dụng quảng cáo để tạo ra nhu cầu cho các sản phẩm mà mọi người thực ra không cần hoặc không muốn. Ông tin rằng không nên quá đề cao việc thỏa mãn các mong muốn của hệ thống thị trường vì bản thân chúng tạo ra các mong muốn này. Galbraith nghi ngờ lập luận cho rằng tăng trưởng kinh tế sẽ dẫn tới phúc lợi cao hơn, bởi vì những nguyện vọng của con người đang được tạo ra nhằm bắt kịp với sự gia tăng thịnh vượng về vật chất của họ. Ông lo lắng khi quảng cáo và bán hàng trung gian làm gia tăng nhu cầu về hàng hóa tư một cách nhân tạo, chi tiêu công cho các loại dịch vụ như làm cho trường học trở nên tốt hơn, hay công viên trở nên đẹp hơn, sẽ bị giảm sút. Theo Galbraith, kết quả sẽ là "tư sang trọng, công bần thỉu". Gợi ý của Galbraith cho chính sách rất rõ ràng: hãy tăng quy mô của chính phủ lên.

Cuốn sách nổi tiếng nhất của Friedrich Hayek là *Con đường dẫn tới chế độ nông nô (The Road to Serfdom)* xuất bản năm 1944. Tác phẩm này cho rằng một chính phủ bành trướng sẽ không tránh khỏi sự đánh đổi tự do cá nhân.

Hayek cũng viết một bài phê bình nổi tiếng về Galbraith năm 1961, cụ thể nhằm vào quan điểm của Galbraith về quảng cáo. Hayek cho rằng quảng cáo chỉ là một ví dụ của một hiện tượng lớn hơn: Môi trường xã hội của chúng ta tạo ra nhiều sở thích. Văn học, nghệ thuật và âm nhạc tất cả là những thị hiếu được hình thành trong cuộc sống. Nhu cầu nghe hòa nhạc Mozart của một người có thể được hình thành trong một lớp âm nhạc, nhưng điều này không làm cho mong muốn này trở nên kém chính đáng hơn, và yêu thích âm nhạc không phải là một điều gì xấu xa cả. Hayek kết luận, "Do mỗi nhà sản xuất đơn lẻ nghĩ rằng người tiêu dùng có thể bị thuyết phục để thích những sản phẩm của họ, họ cố gắng tác động tới người tiêu dùng. Nhưng mặc dù nỗ lực này là một phần của những tác động giúp hình thành thị hiếu của khách hàng, không một nhà sản xuất nào có khả năng xác định được ý nghĩa thực của chúng.

Hai nhà kinh tế học này bất đồng quan điểm về vai trò của quảng cáo, thị trường và chính phủ, nhưng họ có một điểm chung: rất nổi tiếng. Vào năm 1974, Hayek đạt giải Nobel kinh tế. Vào năm 2000, tổng thống Clinton đã trao Huân chương Tự do Quốc gia cho Galbraith. Và mặc dù những cuốn sách của họ đã ra đời nhiều thập kỷ trước, nhưng chúng vẫn là những cuốn sách rất đáng đọc. Những vấn đề mà Hayek và Galbraith đã đưa ra là vô tận và những hiểu biết của họ cũng được ứng dụng trong nền kinh tế của chúng ta cũng như của họ.

Hãy xem xét vấn đề của hai doanh nghiệp Post và Kellogg. Mỗi công ty mới đưa ra một công thức mới cho một loại ngũ cốc, sẽ được bán với giá 3 đô la một hộp. Để cho mọi thứ trở nên đơn giản, chúng ta giả định chi phí biên của việc sản xuất ngũ cốc là bằng 0, vì vậy toàn bộ 3 đô la đó là lợi nhuận. Mỗi công ty biết rằng nếu họ chi 10 triệu đô la cho quảng cáo, họ sẽ có 1 triệu khách hàng thử loại ngũ cốc mới của họ. Và họ cũng biết rằng nếu khách hàng thích loại ngũ cốc này thì họ sẽ mua không chỉ một mà là nhiều lần.

Đầu tiên hãy xem xét quyết định của Post. Dựa vào nghiên cứu về thị trường, Post biết rằng ngũ cốc của họ chỉ là loại thường. Mặc dù quảng cáo sẽ bán được cho 1 triệu khách hàng, nhưng khách hàng sẽ nhanh chóng nhận ra loại ngũ cốc này không ngon và sẽ không mua nó nữa. Post quyết định chi 10 triệu đô la cho quảng cáo chỉ để thu về 3 triệu đô la doanh thu là không đáng. Vì vậy, họ không

quan tâm tới việc quảng cáo. Họ đưa đầu bếp trở lại khu vực thử nghiệm để tìm ra một công thức khác.

Ngược lại, Kellogg biết rằng ngũ cốc của họ là thượng hạng. Mỗi người thử nó sẽ mua mỗi tháng một hộp trong năm tới. Do đó, 10 triệu đô la cho quảng cáo sẽ mang về 36 triệu đô la doanh thu. Quảng cáo sẽ mang lại lợi nhuận cho Kellogg vì họ có một sản phẩm tốt và khách hàng sẽ mua nhiều lần. Do đó Kellogg quyết định quảng cáo.

Như vậy, chúng ta đã xem xét hành vi của hai doanh nghiệp, bây giờ chúng ta hãy xem xét hành vi của người tiêu dùng. Ở trên, chúng ta đã giả định người tiêu dùng có xu hướng muốn thử một loại ngũ cốc mới mà họ thấy trên quảng cáo. Nhưng liệu hành vi này có hợp lý hay không? Liệu khách hàng có nên thử một loại ngũ cốc mới chỉ bởi vì người bán quyết định quảng cáo về nó?

Thực tế, người tiêu dùng có thể hoàn toàn hợp lý khi thử những sản phẩm mới mà họ thấy trên quảng cáo. Trong câu chuyện của chúng ta, họ quyết định thử loại ngũ cốc mới của Kellogg bởi vì Kellogg quảng cáo nó. Kellogg quyết định quảng cáo bởi vì họ biết ngũ cốc của họ là loại tốt, trong khi đó Post không quảng cáo vì họ biết ngũ cốc của họ là loại thường. Bằng mức độ sẵn lòng chi tiền cho quảng cáo, Kellogg thông báo cho người tiêu dùng biết về chất lượng ngũ cốc của họ. Người tiêu dùng suy nghĩ khá nhạy cảm, "Nếu công ty Kellogg sẵn lòng trả nhiều tiền cho quảng cáo loại ngũ cốc mới này, nó chắc hẳn phải là một loại tốt".

Điều ngạc nhiên nhất của lý thuyết này nằm ở chỗ nội dung của quảng cáo này chẳng liên quan. Kellogg phát tín hiệu về chất lượng sản phẩm của họ bằng sự sẵn lòng chi tiền cho quảng cáo. Nhưng cái mà quảng cáo muốn nói lên lại không quan trọng bằng sự thật là khách hàng biết rằng quảng cáo này tốn nhiều tiền. Ngược lại, quảng cáo rẻ tiền không có hiệu quả trong việc ám chỉ chất lượng cho người tiêu dùng. Trong ví dụ của chúng ta, nếu chiến dịch quảng cáo ít hơn 3 triệu đô la, cả Post và Kellog sẽ sử dụng nó để quảng cáo cho sản phẩm ngũ cốc mới của họ. Bởi vì nếu cả hai loại ngũ cốc tốt và bình thường được quảng cáo, người tiêu dùng không thể kết luận được chất lượng của loại ngũ cốc mới từ những thông tin được quảng cáo. Theo thời gian, người tiêu dùng sẽ lờ đi những quảng cáo rẻ tiền như vậy.

Lý thuyết này có thể giải thích tại sao các doanh nghiệp lại trả cho các diễn viên những khoản tiền lớn để đóng quảng cáo, mà bề ngoài, có vẻ như chẳng truyền tải bất cứ thông tin nào cả. Thông tin không nằm trong nội dung của quảng cáo nhưng đơn giản lại nằm trong sự tồn tại và chi phí của nó.

Thương hiệu

Quảng cáo có mối quan hệ chặt chẽ với sự tồn tại của các thương hiệu. Trong nhiều thị trường, có hai dạng doanh nghiệp. Một số bán các sản phẩm có thương hiệu nổi tiếng, số còn lại bán các sản phẩm thay thế cùng loại. Ví dụ, trong một cửa hàng dược phẩm thông thường, bạn có thể tìm thấy thuốc aspirin Bayer trên kệ thuốc bên cạnh nhiều loại aspirin khác. Trong một cửa hàng tạp hóa, bạn có thể tìm thấy Pepsi bên cạnh các loại nước cola lạ khác. Thông thường, doanh

nghiệp có thương hiệu sẽ chi nhiều hơn cho quảng cáo và bán sản phẩm của họ ở mức giá cao hơn.

Giống như quảng cáo, các thương hiệu cũng có những bất đồng về mặt kinh tế học. Chúng ta hãy cùng xem xét cả hai chiều ý kiến của cuộc tranh luận này.

Những người phê phán cho rằng thương hiệu làm cho người tiêu dùng cảm nhận những sự khác biệt không có thực. Trong nhiều trường hợp, các sản phẩm thay thế cùng loại gần như không khác gì so với các sản phẩm có thương hiệu. Những người phê phán khẳng định, việc người tiêu dùng có mức độ sẵn lòng chi trả cao hơn cho các sản phẩm có thương hiệu là một dạng bất hợp lý do quảng cáo gây ra. Nhà kinh tế học Edward Chamberlin, một trong số những người đầu tiên phát triển lý thuyết về cạnh tranh độc quyền, rút ra được từ cuộc tranh luận này rằng các thương hiệu có tác động tiêu cực lên nền kinh tế. Ông khuyến nghị chính phủ cần hạn chế việc sử dụng chúng bằng cách từ chối đảm bảo hiệu lực cho các thương hiệu độc quyền được các công ty sử dụng trong việc định vị các sản phẩm của họ.

Gần đây, các nhà kinh tế học bảo vệ thương hiệu cho rằng thương hiệu là một cách hữu ích để người tiêu dùng chắc chắn rằng các hàng hóa họ mua có chất lượng cao. Có hai lý do liên quan. Thứ nhất, nhãn hiệu cung cấp cho người tiêu dùng *thông tin* về chất lượng khi chất lượng không thể được đánh giá một cách dễ dàng trước khi mua. Thứ hai, thương hiệu tạo cho các doanh nghiệp một *động cơ* để đảm bảo chất lượng vì việc duy trì danh tiếng cho các thương hiệu của họ sẽ mang lại những lợi ích về tài chính.

Để thấy được những lập luận này có hiệu lực trên thực tế như thế nào, hãy xem xét một thương hiệu nổi tiếng: bánh hamburger của McDonald. Giả sử bạn đang lái xe qua một thị trấn xa lạ, và muốn dừng lại để ăn trưa. Bạn nhìn thấy một nhà hàng McDonald và một nhà hàng địa phương bên cạnh. Bạn sẽ chọn nhà hàng nào? Nhà hàng địa phương có thể bán đồ ăn ngon hơn và rẻ hơn, nhưng bạn không thể biết được điều này. Ngược lại, McDonald lại có sự ổn định trong các sản phẩm mà họ bán ở nhiều thành phố. Thương hiệu của họ là một phương tiện hữu hiệu giúp bạn đánh giá chất lượng của cái mà bạn chuẩn bị mua.

Thương hiệu McDonald cũng đảm bảo rằng công ty này có động cơ để đảm bảo chất lượng sản phẩm. Giả sử nếu một số khách hàng bị ngộ độc do thức ăn kém chất lượng của McDonald, tin này sẽ là thảm họa đối với công ty.

McDonald sẽ mất đi nhiều danh tiếng quý giá mà họ đã mất hàng năm quảng cáo với những chi phí đắt đỏ. Kết quả là doanh số và lợi nhuận của họ sẽ giảm không chỉ ở cửa hàng đã bán thức ăn bị hư mà còn ở nhiều cửa hàng khác trên khắp nước Mỹ. Ngược lại, nếu một số khác hàng bị ngộ độc do thức ăn bị hư tại cửa hàng địa phương, cửa hàng này có thể phải đóng cửa nhưng phần lợi nhuận bị mất đi sẽ nhỏ hơn nhiều so với McDonald. Do đó, McDonald có động cơ lớn hơn để đảm bảo đồ ăn của họ là an toàn.

Cuộc tranh luận xung quanh các thương hiệu tập trung vào câu hỏi liệu người tiêu dùng có hợp lý khi thích các thương hiệu hơn các sản phẩm thay thế tương tự hay không. Những người phê phán cho rằng thương hiệu là kết quả của sự phi lý trí trong phản ứng của người tiêu dùng đối với quảng cáo. Những

người ủng hộ thì cho rằng người tiêu dùng có lý do chính đáng để trả nhiều hơn cho các sản phẩm có thương hiệu bởi vì họ có thể tin tưởng chất lượng của những sản phẩm này.

KIỂM TRA NHANH: *Quảng cáo có thể làm cho thị trường trở nên kém cạnh tranh hơn bằng cách nào? Quảng cáo có thể làm cho thị trường trở nên cạnh tranh hơn bằng cách nào? Hãy đưa các các lập luận ủng hộ và phê phán các thương hiệu.*

KẾT LUẬN

Đúng như tên gọi của nó, thị trường cạnh tranh độc quyền là một sự kết hợp giữa độc quyền và cạnh tranh. Giống như thị trường độc quyền, các doanh nghiệp cạnh tranh độc quyền cũng có đường cầu dốc xuống và do đó, họ bán ở mức giá cao hơn chi phí biên. Mặt khác, cũng giống như thị trường cạnh tranh hoàn hảo, có nhiều doanh nghiệp và việc gia nhập hay rời bỏ thị trường làm cho lợi nhuận của các doanh nghiệp cạnh tranh độc quyền tiến về 0 trong dài hạn. Bảng 1 sẽ tóm tắt lại những đặc điểm này.

Vì các doanh nghiệp cạnh tranh độc quyền sản xuất các sản phẩm khác nhau, do đó, các doanh nghiệp này cùng quảng cáo để thu hút khách hàng tới thương hiệu của họ. Ở một mức độ nào đó, quảng cáo tác động tới thị hiếu của người tiêu dùng, khuyến khích lòng trung thành thương hiệu một cách vô thức, và cản trở sự cạnh tranh. Ở một mức độ rộng hơn, quảng cáo cung cấp thông tin, xây dựng thương hiệu cho những sản phẩm có chất lượng tin cậy và thúc đẩy sự cạnh tranh.

Lý thuyết về cạnh tranh độc quyền có vẻ mô tả được nhiều thị trường trong nền kinh tế. Vì vậy lý thuyết này cũng gây ra đôi chút thất vọng khi nó không đưa

Bảng 1
Cạnh tranh độc quyền: nằm giữa cạnh tranh hoàn hảo và độc quyền

	Cấu trúc thị trường		
	Cạnh tranh hoàn hảo	**Cạnh tranh độc quyền**	**Độc quyền**
Các điểm giống nhau của cả ba cấu trúc thị trường			
Mục tiêu của doanh nghiệp	Tối đa hóa lợi nhuận	Tối đa hóa lợi nhuận	Tối đa hóa lợi nhuận
Nguyên tắc tối đa hóa lợi nhuận	$MR = MC$	$MR = MC$	$MR = MC$
Có khả năng thu được lợi nhuận kinh tế trong ngắn hạn hay không?	Có	Có	Có
Các điểm giống nhau giữa cạnh tranh độc quyền và độc quyền			
Là người chấp nhận giá?	Có	Không	Không
Giá bán	$P = MC$	$P > MC$	$P > MC$
Sản xuất tại mức sản lượng tối đa hóa phúc lợi xã hội?	Có	Không	Không
Các điểm giống nhau giữa cạnh tranh độc quyền và cạnh tranh hoàn hảo			
Số lượng doanh nghiệp	Nhiều	Nhiều	Một
Gia nhập trong dài hạn?	Có	Có	Không
Có khả năng thu được lợi nhuận kinh tế trong dài hạn hay không?	Không	Không	Có

ra được những lời khuyên đơn giản và hữu ích cho chính sách công. Từ quan điểm của những nhà lý thuyết kinh tế, sự phân bổ các nguồn lực trên thị trường cạnh tranh độc quyền là không hoàn hảo. Tuy nhiên, từ quan điểm của một nhà hoạch định chính sách thực tế, những thứ mà họ có thể cải thiện được là rất ít.

TÓM TẮT

- Thị trường cạnh tranh độc quyền có ba đặc điểm: nhiều doanh nghiệp, khác biệt sản phẩm và tự do gia nhập.
- Trạng thái cân bằng trên thị trường cạnh tranh độc quyền khác với trạng thái cân bằng trên thị trường cạnh tranh hoàn hảo ở hai điểm. Thứ nhất, mỗi doanh nghiệp trên thị trường cạnh tranh độc quyền đều dư thừa năng lực sản xuất. Điều này có nghĩa là họ hoạt động trên đoạn dốc xuống của đường tổng chi phí bình quân. Thứ hai, các doanh nghiệp đều bán ở mức giá cao hơn chi phí biên.
- Cạnh tranh độc quyền không có tất cả các đặc tính được mong đợi của cạnh tranh hoàn hảo. Vẫn có tổn thất vô ích như trong trường hợp độc quyền mà nguyên nhân là do chênh lệch giữa giá bán và chi phí biên. Ngoài ra, số lượng doanh nghiệp (và do đó là sự đa dạng của các sản phẩm) có thể quá lớn hoặc quá nhỏ. Trong thực tế, khả năng các nhà hoạch định chính sách có thể cải thiện những sự không hiệu quả này là rất hạn chế.
- Sự khác biệt trong hàng hóa của cạnh tranh độc quyền sẽ dẫn tới việc sử dụng quảng cáo và các thương hiệu. Những người phê phán quảng cáo và thương hiệu cho rằng các doanh nghiệp sử dụng chúng để tác động tới thị hiếu của người tiêu dùng và làm giảm sự cạnh tranh. Những người ủng hộ quảng cáo và thương hiệu cho rằng các doanh nghiệp sử dụng chúng để thông tin tới khách hàng và để cạnh tranh mạnh mẽ hơn về giá bán và chất lượng sản phẩm.

KHÁI NIỆM THEN CHỐT

Độc quyền nhóm	oligopoly
Cạnh tranh độc quyền	monopolistic competition

CÂU HỎI ÔN TẬP

1. Hãy vẽ đồ thị thể hiện một doanh nghiệp đang thu được lợi nhuận trong thị trường cạnh tranh độc quyền. Điều gì sẽ xảy ra với doanh nghiệp này khi các doanh nghiệp mới gia nhập vào thị trường này.
2. Hãy nêu ba đặc điểm của cạnh tranh độc quyền. Cạnh tranh độc quyền giống độc quyền ở điểm nào? Nó giống cạnh tranh hoàn hảo ở điểm nào?

3. Doanh nghiệp độc quyền sản xuất ở mức sản lượng quá nhiều hay quá ít so với mức sản lượng hiệu quả? Những điều kiện thực tế nào làm cho việc giải quyết vấn đề này của các nhà hoạch định chính sách trở nên khó khăn hơn?
4. Hãy vẽ một đồ thị về trạng thái cân bằng trong dài hạn của thị trường cạnh tranh độc quyền. Giá bán có mối quan hệ với tổng chi phí bình quân và với chi phí biên như thế nào?
5. Bằng cách nào mà những quảng cáo không có nội dung cung cấp thông tin rõ ràng nhưng thực tế lại chuyển tải những thông tin tới người tiêu dùng?
6. Hãy giải thích hai lợi ích từ sự tồn tại của các thương hiệu.
7. Quảng cáo làm giảm và tăng phúc lợi kinh tế như thế nào?

BÀI TẬP VÀ ỨNG DỤNG

1. Hãy xếp các thị trường sau đây thành: cạnh tranh hoàn hảo, độc quyền, hay cạnh tranh độc quyền, và giải thích câu trả lời của bạn:
   a. Bút chì 2B
   b. Đồng
   c. Dịch vụ điện thoại nội hạt
   d. Bơ đậu phộng
   e. Son môi
2. Trong số thị trường độc quyền, độc quyền nhóm, cạnh tranh độc quyền và cạnh tranh hoàn hảo, bạn sẽ xếp những loại đồ uống sau đây vào loại thị trường nào:
   a. Nước máy
   b. Nước đóng chai
   c. Coca
   d. Bia
3. Hãy cho biết mỗi đặc điểm dưới đây mô tả cho doanh nghiệp độc quyền, doanh nghiệp cạnh tranh độc quyền, cả hai, hay không phải cả hai.
   a. Có đường cầu dốc xuống
   b. Có doanh thu biên nhỏ hơn giá bán
   c. Đối mặt với sự gia nhập của các doanh nghiệp mới bán các sản phẩm tương tự.
   d. Thu được lợi nhuận kinh tế trong dài hạn
   e. Có chi phí biên bằng doanh thu biên
   f. Sản xuất tại mức sản lượng hiệu quả xã hội
4. Hãy cho biết mỗi đặc điểm dưới đây mô tả doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo, doanh nghiệp cạnh tranh độc quyền, cả hai, hay không phải cả hai.
   a. Bán sản phẩm khác với sản phẩm của các đối thủ cạnh tranh

b. Có doanh thu biên thấp hơn giá bán
c. Thu được lợi nhuận kinh tế trong dài hạn
d. Sản xuất tại mức tổng chi phí bình quân tối thiểu trong dài hạn
e. Có doanh thu biên bằng chi phí biên
f. Bán ở mức giá cao hơn chi phí biên

5. Sparkle là một trong nhiều doanh nghiệp trong thị trường kem đánh răng, và đang ở trong trạng thái cân bằng dài hạn.
   a. Hãy vẽ một đồ thị biểu diễn đường cầu, đường doanh thu biên, đường tổng chi phí bình quân và đường chi phí biên của Sparkle. Đánh dấu mức sản lượng tối đa hóa lợi nhuận và giá bán của Sparkle.
   b. Lợi nhuận của Sparkle là bao nhiêu? Giải thích
   c. Trên đồ thị của bạn, hãy chỉ ra mức thặng dư mà khách hàng nhận được từ việc mua kem đánh răng Sparkle và mức tổn thất vô ích so với mức sản lượng đạt hiệu quả.
   d. Nếu chính phủ buộc Sparkle phải sản xuất ở mức hiệu quả xã hội, điều gì sẽ xảy ra đối với doanh nghiệp này? Điều gì sẽ xảy ra đối với khách hàng của Sparkle?
6. Bạn được một doanh nghiệp cạnh tranh độc quyền thuê làm tư vấn cho họ. Doanh nghiệp này báo cáo thông tin về giá bán, chi phí biên, và tổng chi phí bình quân như bên dưới. Doanh nghiệp này có khả năng tối đa hóa lợi nhuận hay không? Nếu không, họ nên làm gì để tăng lợi nhuận? Nếu doanh nghiệp này đang đạt được mức lợi nhuận tối đa, liệu họ có đang ở trong trạng thái cân bằng dài hạn hay không? Nếu không, họ sẽ làm gì để phục hồi trạng thái cân bằng trong dài hạn?
   a. $P < MC, P > ATC$
   b. $P > MC, P < ATC$
   c. $P = MC, P > ATC$
   d. $P > MC, P = ATC$
7. Thị trường bơ đậu phộng ở vùng Nutville là một thị trường cạnh tranh độc quyền và đang ở trong trạng thái cân bằng dài hạn. Một ngày nọ, người tiêu dùng ủng hộ công ty Skippy Jif phát hiện rằng tất cả các nhãn hiệu bơ đậu phộng trong vùng Nutville là y hệt nhau. Kể từ đó, thị trường này trở thành một thị trường cạnh tranh hoàn hảo và lại đạt được trạng thái cân bằng dài hạn. Hãy vẽ một đồ thị phù hợp để giải thích việc liệu các biến số dưới đây sẽ tăng lên, giảm xuống, hay giữ nguyên không đổi đối với một doanh nghiệp điển hình trong thị trường này.
   a. Giá bán
   b. Sản lượng
   c. Tổng chi phí bình quân
   d. Chi phí biên
   e. Lợi nhuận

8. Giả sử một thị trường cạnh tranh độc quyền có N doanh nghiệp. Cơ hội kinh doanh của mỗi doanh nghiệp được thể hiện bằng các phương trình dưới đây:

$$\begin{aligned} \text{Cầu:} \quad & Q = 100 / N - P \\ \text{Doanh thu biên:} \quad & MR = 100 / N - 2Q \\ \text{Tổng chi phí:} \quad & TC = 50 + Q^2 \\ \text{Chi phí biên:} \quad & MC = 2Q \end{aligned}$$

   a. Số lượng N các doanh nghiệp trong thị trường này sẽ tác động tới đường cầu của mỗi doanh nghiệp như thế nào? Tại sao?

   b. Mỗi doanh nghiệp sẽ sản xuất bao nhiêu đơn vị hàng hóa? (Câu trả lời cho câu hỏi này và hai câu hỏi tiếp theo phụ thuộc vào N)

   c. Giá bán của mỗi doanh nghiệp là bao nhiêu?

   d. Mỗi doanh nghiệp sẽ thu được lợi nhuận là bao nhiêu?

   e. Trong dài hạn, sẽ còn lại bao nhiêu doanh nghiệp trong thị trường này?

9. Sleek Sneakers là một trong nhiều doanh nghiệp trên thị trường giày.

   a. Giả sử Sleek hiện tại đang thu được lợi nhuận kinh tế trong ngắn hạn. Hãy vẽ một đồ thị và chỉ ra chính xác mức sản lượng tối đa hóa lợi nhuận, giá bán, cũng như khu vực thể hiện lợi nhuận thu được của Sleek.

   b. Trong dài hạn, điều gì sẽ xảy ra đối với giá bán, sản lượng và lợi nhuận của Sleek? Hãy giải thích sự thay đổi này bằng lời và thể hiện nó trên đồ thị bạn mới vẽ.

   c. Giả sử người tiêu dùng ngày càng quan tâm tới những sự khác biệt về kiểu dáng giữa các nhãn hiệu giày. Sự thay đổi trong thị hiếu này sẽ tác động tới độ co giãn của cầu theo giá của mỗi doanh nghiệp như thế nào? Trong dài hạn, sự thay đổi về cầu này sẽ tác động tới giá bán, mức sản lượng và lợi nhuận của Sleek như thế nào?

   d. Tại mức giá tối đa hóa lợi nhuận, hãy xác định trong Câu (c) xem đường cầu của Sleek có co giãn hay không? Giải thích.

10. Đối với mỗi cặp doanh nghiệp sau đây, hãy giải thích doanh nghiệp nào có khả năng sẽ tham gia vào việc quảng cáo hơn.

   a. Một trang trại gia đình hay một nhà hàng gia đình.

   b. Một nhà máy sản xuất xe nâng hàng hay một nhà máy xe hơi.

   c. Một công ty đầu tư vào dao cạo râu rất tiện lợi hay một công ty đầu tư vào dao cạo râu kém tiện lợi hơn.

11. Các nhà sản xuất thuốc giảm đau Tylenol quảng cáo rất nhiều và có nhiều khách hàng trung thành. Ngược lại các nhà sản xuất thuốc giảm đau acetaminophen tương tự lại không quảng cáo, và những khách hàng của họ mua thuốc vì họ bán với giá thấp nhất. Giả sử chi phí biên của Tylenol và acetaminophen bằng nhau.

a. Hãy vẽ một đồ thị biểu diễn đường cầu, đường doanh thu biên và đường chi phí biên của Tylenol. Hãy đánh dấu giá bán và phần chênh lệch giữa giá bán so với chi phí biên của Tylenol.

b. Hãy lặp lại Câu (a) cho nhà sản xuất thuốc acetaminophen. Hai biểu đồ này khác nhau như thế nào? Công ty nào có phần chênh lệch lớn hơn? Giải thích.

c. Công ty nào sẽ có động lực lớn hơn để kiểm soát chất lượng một cách cẩn thận? Tại sao?

12. Thị trường thịt gà từng là một thị trường cạnh tranh hoàn hảo. Sau đó Frank Perdue bắt đầu tiếp thị thịt gà dưới tên của ông ta.

a. Bạn sẽ giả định Perdue tạo ra thương hiệu từ thịt gà như thế nào? Ông ta được lợi gì từ việc làm này?

b. Xã hội sẽ được gì và mất gì từ việc có thương hiệu cho thịt gà?

Để biết thêm thông tin về chủ đề của chương này, hãy ghé thăm website của chúng tôi tại *www.cengage.com/international* để xem thêm bài tập, ứng dụng, ví dụ, các bài kiểm tra trực tuyến và các nội dung khác.

17
ĐỘC QUYỀN NHÓM

Nếu bạn tới một cửa hàng bóng tennis, những quả bóng mà bạn mua rất có thể sẽ thuộc một trong những nhãn hiệu sau: Wilson, Penn, Dunlop hoặc là Spalding. Bốn công ty này sản xuất gần như toàn bộ số lượng bóng tennis trên thị trường Hoa Kỳ. Họ cùng nhau quyết định số lượng bóng sẽ sản xuất và mức giá bán ra, dựa trên đường cầu thị trường cho trước.

Thị trường bóng tennis là một ví dụ về thị trường **độc quyền nhóm**[1]. Bản chất của thị trường độc quyền nhóm là chỉ có một ít người bán. Do đó, hành động của bất cứ người bán nào trên thị trường này cũng có thể có tác động lớn lên lợi nhuận của tất cả những người bán hàng còn lại. Các doanh nghiệp độc quyền nhóm phụ thuộc lẫn nhau theo một cách khác với các doanh nghiệp cạnh tranh. Mục tiêu của chúng ta trong chương này là xem xét sự phụ thuộc này sẽ định hình hành vi của các doanh nghiệp này như thế nào và nó sẽ gây ra những vấn đề gì cho chính sách công.

Những phân tích về thị trường độc quyền nhóm cũng là cơ hội để giới thiệu về **lý thuyết trò chơi**[2], nghiên cứu về việc mọi người sẽ hành xử như thế nào trong các tình huống chiến lược. Chiến lược ở đây có nghĩa là một tình huống trong đó một người khi lựa chọn các phương án hành động khác nhau, phải cân nhắc xem những người khác sẽ phản ứng như thế nào trước hành động mà anh ta chọn.

THỊ TRƯỜNG CHỈ CÓ VÀI NGƯỜI BÁN

Bởi vì thị trường độc quyền nhóm chỉ có một nhóm nhỏ người bán, một đặc điểm chính của thị trường độc quyền nhóm là sự đối nghịch giữa việc hợp tác và lợi ích cá nhân. Các doanh nghiệp độc quyền nhóm sẽ có lợi nhất khi họ hợp tác và hoạt

1. **Độc quyền nhóm**: Một cấu trúc thị trường mà trong đó chỉ có một số ít người bán, bán các sản phẩm tương tự hoặc gần như tương tự nhau.
2. **Lý thuyết trò chơi**: Là nghiên cứu về việc con người sẽ hành xử như thế nào trong các tình huống chiến lược.

động như một doanh nghiệp độc quyền – sản xuất ở mức sản lượng nhỏ và bán ở mức giá cao hơn mức chi phí biên. Tuy nhiên, bởi vì mỗi doanh nghiệp độc quyền nhóm chỉ quan tâm tới lợi nhuận của riêng họ, cho nên có những động cơ rất lớn cản trở nhóm doanh nghiệp duy trì sự hợp tác này.

Ví dụ về thị trường nhị quyền

Để hiểu được hành vi của các doanh nghiệp độc quyền nhóm, chúng ta hãy xem xét một thị trường độc quyền nhóm chỉ có hai thành viên, được gọi là *thị trường nhị quyền*. Thị trường nhị quyền là dạng đơn giản nhất của thị trường độc quyền nhóm. Các thị trường độc quyền nhóm có từ ba thành viên trở lên cũng có những vấn đề tương tự như thị trường nhị quyền. Do đó sẽ chẳng mất mát gì khi chúng ta bắt đầu bằng việc nghiên cứu một trường hợp đơn giản hơn.

Giả sử trong một thị trấn chỉ có hai cư dân là Jack và Jill sở hữu các giếng nước sạch có thể dùng cho sinh hoạt. Thứ bảy hàng tuần, Jack và Jill sẽ quyết định xem họ sẽ bơm bao nhiêu gallon nước, mang nước tới thị trấn và bán ở bất cứ mức giá thị trường nào. Để cho đơn giản, hãy giả sử rằng Jack và Jill có thể bơm bao nhiêu nước tùy thích mà không tốn một đồng chi phí nào. Điều đó có nghĩa là chi phí biên của nước bằng 0.

Bảng 1 cho thấy biểu cầu về nước của thị trấn này. Cột đầu tiên cho biết tổng lượng cầu, còn cột thứ 2 cho biết mức giá. Nếu Jack and Jill bán tổng cộng 10 gallon nước, giá mỗi gallon nước sẽ là 110 đô la. Nếu họ bán tổng cộng 20 gallon, giá sẽ giảm xuống chỉ còn 100 đô la, v.v... Nếu bạn vẽ một đồ thị biểu diễn những con số trong hai cột này, bạn sẽ có một đường cầu dốc xuống đúng chuẩn.

Cột cuối cùng trong Bảng 1 là tổng doanh thu từ việc bán nước, bằng lượng nước bán được nhân với giá bán. Bởi vì chi phí của việc bơm nước bằng 0, tổng doanh thu của cả hai nhà sản xuất này cũng chính là tổng lợi nhuận của họ.

Bây giờ chúng ta hãy xem xét xem cách tổ chức của ngành cung cấp nước của thị trấn này tác động tới giá nước và lượng nước bán ra như thế nào.

Bảng 1
Biểu cầu nước sinh hoạt

Sản lượng	Giá	Tổng doanh thu (và tổng lợi nhuận)
0 gallons	$120	$ 0
10	110	1.100
20	100	2.000
30	90	2.700
40	80	3.200
50	70	3.500
60	60	3.600
70	50	3.500
80	40	3.200
90	30	2.700
100	20	2.000
110	10	1.100
120	0	0

Cạnh tranh, độc quyền và cartel

Trước khi xem xét giá bán và sản lượng nước sẽ xảy ra trong thị trường nhị quyền của Jack và Jill, chúng ta hãy xem chuyện gì sẽ xảy ra nếu thị trường nước sinh hoạt là một trong hai dạng: cạnh tranh hoặc độc quyền. Hai thái cực thị trường này là những dạng chuẩn tự nhiên.

Nếu thị trường nước sinh hoạt là cạnh tranh hoàn hảo, các quyết định sản xuất của mỗi doanh nghiệp sẽ làm cho giá bằng chi phí biên. Vì chúng ta đã giả định chi phí biên của việc bơm thêm một đơn vị nước là 0, do đó mức giá cân bằng của nước trong điều kiện cạnh tranh hoàn hảo cũng sẽ là 0. Mức sản lượng cân bằng sẽ là 120 gallon. Giá nước sẽ phản ánh chi phí sản xuất ra nó, và mức sản lượng hiệu quả sẽ được sản xuất và tiêu thụ hết.

Bây giờ chúng ta hãy xem một doanh nghiệp độc quyền sẽ hành động như thế nào. Bảng 1 cho thấy tổng lợi nhuận tối đa sẽ đạt được tại mức sản lượng 60 gallon và mức giá là 60 đô la/gallon. Do đó, một doanh nghiệp độc quyền tối đa hóa lợi nhuận sẽ sản xuất ở mức sản lượng này và bán ở mức giá này. Đúng như bản chất của các doanh nghiệp độc quyền, giá bán sẽ lớn hơn mức chi phí biên. Điều này sẽ gây ra sự không hiệu quả, bởi vì lượng nước được sản xuất và tiêu thụ sẽ thấp hơn mức đạt hiệu quả xã hội là 120 gallon.

Vậy điều gì sẽ xảy ra với thị trường nhị quyền? Có khả năng là Jack và Jill sẽ liên kết với nhau và thống nhất mức sản lượng và giá bán. Những thỏa thuận về sản lượng và giá bán kiểu như vậy giữa các doanh nghiệp được gọi là **sự cấu kết**[1] và nhóm các doanh nghiệp này được gọi là một **cartel**[2]. Khi một cartel được hình thành, thì thực chất thị trường chỉ được cung ứng bởi một doanh nghiệp độc quyền, và chúng ta có thể áp dụng những phân tích như trong Chương 15. Đó là, nếu Jack và Jill cấu kết với nhau, họ sẽ thỏa thuận cùng nhau độc quyền vì điều này sẽ tối đa hóa tổng lợi nhuận mà họ thu được từ thị trường. Hai nhà sản xuất của chúng ta sẽ sản xuất tổng cộng 60 gallon và bán với giá 60 đô la/gallon. Một lần nữa, giá bán cao hơn mức chi phí biên và do đó kết quả là không đạt được hiệu quả xã hội.

Một cartel không chỉ phải thỏa thuận về tổng sản lượng mà còn mức sản lượng của mỗi thành viên. Trong ví dụ của chúng ta, Jack và Jill phải thỏa thuận xem sẽ phân chia mức sản lượng độc quyền 60 gallon này như thế nào. Mỗi thành viên của cartel này đều muốn thị phần lớn hơn bởi vì điều đó sẽ mang lại lợi nhuận lớn hơn.

Nếu Jack và Jill đạt được thỏa thuận chia đều thị phần thì mỗi người sẽ sản xuất 30 gallon. Với giá bán là 60 đô la/gallon, mỗi người sẽ nhận được lợi nhuận là 1.800 đô la.

---

1. **Sự cấu kết**: Thỏa thuận giữa các doanh nghiệp trong một thị trường về sản lượng và giá bán.
2. **Cartel**: Một nhóm các doanh nghiệp hoạt động vì mục tiêu chung.

Trạng thái cân bằng của thị trường độc quyền nhóm

Các doanh nghiệp độc quyền nhóm muốn hình thành các cartel để thu lợi nhuận độc quyền, nhưng điều này thường khó xảy ra. Mâu thuẫn về việc phân chia lợi nhuận giữa các thành viên trong thị trường này khiến cho việc đạt được các thỏa thuận trở nên khó khăn hơn. Ngoài ra, các bộ luật chống độc quyền cũng nghiêm cấm các thỏa thuận công khai giữa các doanh nghiệp độc quyền nhóm. Ngay cả việc bàn về những mức giới hạn trong sản xuất và việc định giá với các đối thủ cạnh tranh cũng có thể bị xem là một hành vi phạm pháp. Do đó, chúng ta hãy xem chuyện gì sẽ xảy ra nếu Jack và Jill quyết định sản lượng nước sản xuất một cách riêng rẽ.

Đầu tiên, có thể Jack và Jill sẽ đạt được kết cục độc quyền vì điều này sẽ tối đa hóa tổng lợi nhuận của họ. Tuy nhiên, nếu không có một thỏa thuận ràng buộc, kết cục độc quyền này sẽ khó xảy ra. Để hiểu tại sao, hãy giả sử rằng, Jack hy vọng Jill chỉ sản xuất 30 gallon (một nửa của mức sản lượng độc quyền). Jack có thể suy luận:

"Tôi cũng có thể sản xuất 30 gallon. Trong trường hợp này, tổng sản lượng 60 gallon nước sẽ được bán ở mức giá 60 đô la/gallon. Lợi nhuận của tôi sẽ là 1.800 đô la (30 gallon x 60 đô la). Mặt khác, tôi cũng có thể sản xuất 40 gallon. Nếu vậy, tổng sản lượng sẽ là 70 gallon và giá bán sẽ là 50 đô la/gallon. Lợi nhuận của tôi sẽ là 2.000 đô la (40 gallon x 50 đô la). Dù tổng lợi nhuận trên thị trường sẽ giảm đi, lợi nhuận của tôi sẽ lớn hơn bởi vì tôi có thị phần lớn hơn."

Và dĩ nhiên, Jill cũng lập luận tương tự. Nếu vậy, Jack và Jill mỗi người sẽ cung cấp 40 gallon nước cho thị trấn. Tổng lượng bán ra sẽ là 80 gallon và giá bán sẽ giảm xuống 40 đô la. Do đó, nếu mỗi doanh nghiệp nhị quyền theo đuổi lợi ích cá nhân của họ khi quyết định mức sản lượng, họ sẽ có mức tổng sản lượng lớn hơn mức sản lượng độc quyền, bán ở mức giá thấp hơn mức giá độc quyền và tổng lợi nhuận thu được sẽ ít hơn mức lợi nhuận độc quyền.

Mặc dù logic về lợi ích cá nhân làm cho sản lượng của thị trường nhị quyền cao hơn mức sản lượng độc quyền, nó không thúc đẩy các doanh nghiệp nhị quyền đạt tới sự phân bổ có tính cạnh tranh. Hãy xem xét điều gì sẽ xảy ra khi mỗi doanh nghiệp nhị quyền sản xuất 40 gallon. Giá bán là 40 đô la và mỗi doanh nghiệp nhị quyền thu được lợi nhuận 1.600 đô la. Trong trường hợp này, logic về lợi ích cá nhân của Jack sẽ dẫn tới một kết luận khác:

"Bây giờ, lợi nhuận của tôi là 1.600 đô la. Giả sử tôi tăng mức sản lượng lên 50 gallon. Như vậy, tổng lượng nước được bán trên thị trường lúc này là 90 gallon và giá bán là 30 đô la. Do đó, lợi nhuận của tôi chỉ là 1.500 đô la. Thay vì tăng mức sản lượng và làm cho giá giảm xuống, tôi sẽ có lợi hơn khi giữ sản lượng ở mức 40 gallon."

Kết quả của tình huống Jack và Jill mỗi người sản xuất 40 gallon giống như một dạng cân bằng. Thực ra, kết quả này được gọi là **cân bằng Nash**[1] (được đặt

1. **Cân bằng Nash**: Một tình huống mà ở đó các tác nhân kinh tế khi tương tác với những tác nhân khác, mỗi bên sẽ lựa chọn chiến lược tốt nhất sau khi biết đối phương đã chọn những chiến lược của họ.

theo tên của nhà lý thuyết kinh tế John Nash (Cuộc đời của ông được thể hiện trong cuốn sách và bộ phim có tên là *A Beautiful Mind*)). Cân bằng Nash là một tình huống trong đó các chủ thể kinh tế tương tác với nhau và mỗi người sẽ chọn chiến lược tốt nhất cho họ sau khi biết chiến lược mà những người khác đã chọn. Trong ví dụ này, vì Jill đang sản xuất ở mức 40 gallon, do đó chiến lược tốt nhất cho Jack là cũng sản xuất 40 gallon. Tương tự như vậy, khi Jack sản xuất ở mức sản lượng 40 gallon thì chiến lược tốt nhất cho Jill là sản xuất ở mức 40 gallon. Một khi đạt tới cân bằng Nash, thì không có động cơ nào để cả Jack và Jill đưa ra một quyết định khác.

Ví dụ này minh họa cho mâu thuẫn giữa sự hợp tác và lợi ích cá nhân. Các doanh nghiệp độc quyền nhóm sẽ có lợi hơn khi hợp tác với nhau và đạt được kết cục độc quyền. Tuy nhiên vì theo đuổi những lợi ích cá nhân, họ thường không đạt được kết cục độc quyền này để tối đa hóa tổng lợi nhuận. Mỗi doanh nghiệp độc quyền nhóm đều bị cám dỗ từ việc gia tăng sản lượng để chiếm thị phần lớn hơn. Khi mỗi người đều có gắng làm điều này, tổng sản lượng sẽ tăng lên và giá sẽ giảm xuống.

Đồng thời, lợi ích cá nhân cũng không làm cho thị trường đạt được trạng thái cạnh tranh. Giống như doanh nghiệp độc quyền, các doanh nghiệp độc quyền nhóm biết rằng tăng sản lượng sẽ làm giảm giá bán và điều này sẽ tác động tới lợi nhuận. Do đó, họ sẽ dừng lại, chứ không làm giống như các doanh nghiệp cạnh tranh là sản xuất tới mức sản lượng mà ở đó giá bằng chi phí biên.

Tóm lại, *khi mỗi doanh nghiệp trong thị trường độc quyền nhóm chọn mức sản lượng để tối đa hóa lợi nhuận, họ sẽ sản xuất ở một mức lớn hơn mức sản lượng của doanh nghiệp độc quyền, nhưng thấp hơn mức sản lượng của doanh nghiệp cạnh tranh. Giá của doanh nghiệp độc quyền nhóm thấp hơn giá độc quyền, nhưng cao hơn giá cạnh tranh (bằng chi phí biên).*

Quy mô của thị trường độc quyền nhóm tác động tới kết cục thị trường như thế nào

Chúng ta có thể sử dụng những hiểu biết trong phân tích về thị trường nhị quyền khi thảo luận về việc quy mô của thị trường độc quyền nhóm sẽ tác động tới các kết cục trên thị trường như thế nào. Chẳng hạn, giả sử John và Joan đột nhiên phát hiện ra các nguồn nước trong vườn của họ và họ gia nhập vào thị trường độc quyền nhóm nước sinh hoạt cùng với Jack và Jill. Biểu cầu trong Bảng 1 vẫn giữ nguyên, nhưng giờ đây có thêm những nhà sản xuất mới có thể đáp ứng nhu cầu này. Vậy việc số lượng người bán tăng từ hai lên bốn sẽ tác động tới giá bán và sản lượng nước trong thị trấn này như thế nào?

Nếu các nhà cung cấp nước có thể hình thành một cartel, một lần nữa họ sẽ cố gắng tối đa hóa tổng lợi nhuận bằng cách sản xuất ở mức sản lượng độc quyền và bán ở mức giá độc quyền. Giống như khi chỉ có hai người bán, các thành viên trong cartel này sẽ cần phải thỏa thuận về mức sản lượng cho các thành viên và tìm cách để đảm bảo việc thực hiện thỏa thuận này. Tuy nhiên, khi cartel lớn hơn,

điều này sẽ khó xảy ra. Việc đạt được thỏa thuận và đảm bảo thực hiện nó trở nên khó khăn hơn khi quy mô nhóm tăng lên.

Nếu các doanh nghiệp độc quyền nhóm không thể hình thành được một cartel – lý do có thể là do luật chống độc quyền nghiêm cấm việc này – họ sẽ phải tự quyết định xem sẽ sản xuất bao nhiêu nước. Để thấy được sự tăng lên của số lượng người bán tác động tới kết cục này như thế nào, hãy xem xét quyết định của từng người bán. Ở bất cứ thời điểm nào, mỗi người chủ sở hữu giếng nước đều có thể tăng sản lượng lên một gallon. Khi quyết định như vậy, họ sẽ phải cân nhắc hai hiệu ứng sau:

- Hiệu ứng lượng: Bởi vì giá bán cao hơn chi phí biên, việc bán thêm một gallon nước ở mức giá hiện hành sẽ làm tăng lợi nhuận.
- Hiệu ứng giá : Việc tăng sản lượng sẽ làm tăng tổng lượng nước bán được, điều này sẽ làm giảm giá bán và giảm lợi nhuận thu được trên những gallon nước khác.

Nếu hiệu ứng lượng lớn hơn hiệu ứng giá, chủ sở hữu giếng nước sẽ tăng sản lượng. Ngược lại, nếu hiệu ứng giá lớn hơn hiệu ứng lượng, họ sẽ không tăng sản lượng. (Thực ra, trong tình huống này họ sẽ có lợi hơn nếu giảm sản lượng). Mỗi nhà độc quyền nhóm tiếp tục tăng sản lượng tới lúc hai hiệu ứng biên này cân bằng hoàn toàn, dựa trên mức sản lượng của các doanh nghiệp khác.

Bây giờ, hãy xem xét xem số lượng doanh nghiệp trong ngành tác động tới những phân tích biên của mỗi doanh nghiệp độc quyền nhóm như thế nào. Số lượng người bán càng lớn thì mỗi người bán lại càng ít quan tâm tới tác động của họ lên giá thị trường. Điều này có nghĩa là khi quy mô của thị trường độc quyền nhóm tăng lên, độ lớn của hiệu ứng giá sẽ giảm đi. Khi thị trường độc quyền nhóm trở nên rất lớn, hiệu ứng giá sẽ biến mất. Điều này có nghĩa là quyết định sản xuất của một doanh nghiệp sẽ không còn tác động tới giá thị trường nữa. Trong những trường hợp như vậy, mỗi doanh nghiệp sẽ chấp nhận mức giá do thị trường đưa ra khi quyết mức sản lượng và họ sẽ tăng mức sản lượng chừng nào giá vẫn còn cao hơn chi phí biên.

Như vậy, chúng ta đã thấy được một thị trường độc quyền nhóm lớn thực chất là một nhóm các doanh nghiệp cạnh tranh. Khi quyết định mức sản lượng sản xuất, doanh nghiệp cạnh tranh chỉ xem xét hiệu ứng lượng bởi vì họ là người chấp nhận giá và hiệu ứng giá không tồn tại. Do đó, khi *số lượng người bán trên thị trường độc quyền nhóm càng nhiều, thị trường này sẽ càng giống một thị trường cạnh tranh. Giá sẽ tiến đến chi phí biên và sản lượng sẽ tiến đến mức sản lượng đạt hiệu quả xã hội.*

Phân tích về thị trường độc quyền nhóm này cho chúng ta một cái nhìn mới về những tác động của thương mại quốc tế. Giả sử Toyota và Honda là hai nhà sản xuất xe hơi duy nhất ở Nhật Bản, Volkswagen và BMW là hai sản xuất xe hơi duy nhất ở Đức, còn ở Hoa Kỳ cũng chỉ có Ford và General. Nếu những nước này nghiêm cấm thương mại quốc tế, mỗi nước sẽ có một thị trường độc quyền nhóm về xe hơi với hai thành viên, và kết cục thị trường sẽ khác xa với cạnh tranh hoàn hảo. Tuy nhiên, khi có thương mại quốc tế, thị trường xe hơi là một thị trường

toàn cầu và lúc này thị trường độc quyền nhóm trong ví dụ trên sẽ có sáu thành viên. Việc tự do hóa thương mại làm tăng số lượng nhà sản xuất và khách hàng có nhiều lựa chọn hơn. Điều này cũng làm gia tăng sự cạnh tranh và do đó làm cho giá bán gần với chi phí biên. Như vậy, ngoài lý thuyết về lợi thế cạnh tranh đã được thảo luận ở Chương 3, lý thuyết về thị trường độc quyền nhóm cho chúng ta một giải thích khác cho việc tại sao tất cả các quốc gia đều có lợi từ việc tự do hóa thương mại.

KIỂM TRA NHANH: *Nếu các thành viên trong một thị trường độc quyền nhóm đạt được thỏa thuận về mức tổng sản lượng, họ sẽ sản xuất ở mức sản lượng nào? Nếu các doanh nghiệp độc quyền nhóm không hợp tác với nhau mà lại tự đưa ra các quyết định sản xuất, mức sản lượng mà họ sẽ sản xuất cao hơn hay thấp hơn mức mà bạn đã trả lời cho câu hỏi trước? Tại sao?*

KINH TẾ HỌC VỀ SỰ HỢP TÁC

Như chúng ta đã thấy, các doanh nghiệp độc quyền nhóm muốn đạt được kết quả độc quyền, nhưng làm như vậy đòi hỏi sự hợp tác, một điều khó có thể thực hiện và duy trì. Trong phần này, chúng ta sẽ xem xét kỹ hơn những vấn đề sẽ xuất hiện khi sự hợp tác giữa các chủ thể kinh tế là một điều mong muốn nhưng lại rất khó thực hiện. Để phân tích dưới góc độ kinh tế học về sự hợp tác, chúng ta cần phải tìm hiểu qua về lý thuyết trò chơi.

Cụ thể, chúng ta sẽ tập trung vào một "trò chơi" quan trọng có tên gọi là **tình huống tiến thoái lưỡng nan của người tù**[1]. Trò chơi này sẽ giải thích lý do tại sao sự hợp tác lại khó có thể đạt được. Có thể rất nhiều lần trong đời, mọi người thất bại trong việc hợp tác với người khác ngay cả khi sự hợp tác đó sẽ mang lại lợi ích cho tất cả các bên. Thị trường độc quyền nhóm cũng chỉ là một ví dụ như thế. Câu chuyện về tình huống tiến thoái lưỡng nan của người tù chứa đựng một bài học chung, có thể áp dụng cho bất cứ nhóm nào đang cố gắng duy trì sự hợp tác giữa các thành viên.

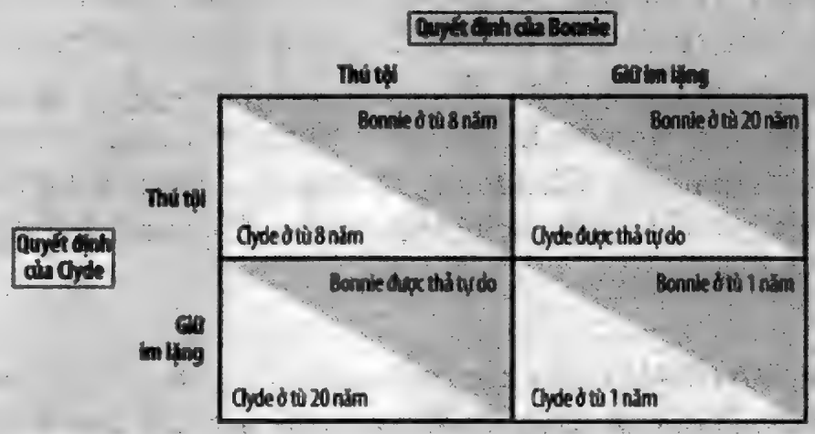
Tình huống tiến thoái lưỡng nan của người tù

Tình huống tiến thoái lưỡng nan của người tù là một câu chuyện về hai tên tội phạm có tên là Bonnie và Clyde, bị cảnh sát bắt. Cảnh sát có đủ chứng cứ để kết án Bonnie và Clyde về một tội không nghiêm trọng là mang súng theo người một cách bất hợp pháp và vì vậy cả hai phải ở tù một năm. Cảnh sát cũng nghi ngờ rằng hai tên tội phạm này đã cùng nhau thực hiện một vụ cướp ngân hàng, nhưng họ lại thiếu những bằng chứng cụ thể để kết án họ về tội nghiêm trọng này. Cảnh sát quyết định xét hỏi Bonnie và Clyde trong hai phòng riêng biệt và cho mỗi tên một thỏa thuận như sau:

1. **Tình huống tiến thoái lưỡng nan của người tù**: một trò chơi giữa hai người tù qua đó cho thấy tại sao sự hợp tác lại trở nên khó khăn ngay cả khi nó có lợi cho cả hai.

Hình 1
Tình thế tiến thoái lưỡng nan của người tù

Trong trò chơi giữa hai nghi phạm, hình phạt dành cho mỗi tên phụ thuộc vào quyết định sẽ thú tội hay giữ im lặng của hắn, cũng như vào quyết định của người kia.



"Bây giờ, chúng tôi có thể bắt giam anh một năm. Nhưng nếu anh thừa nhận đã thực hiện vụ cướp ngân hàng và tố cáo đồng phạm của anh, anh sẽ được miễn tội và thả tự do, còn đồng phạm của anh sẽ phải ở tù 20 năm. Nhưng nếu cả hai anh đều thừa nhận đã cướp ngân hàng, chúng tôi sẽ không cần tới lời làm chứng của anh nữa và chúng tôi sẽ không cần tới phiên tòa nào nữa, mà mỗi người bọn anh sẽ phải nhận án phạt 8 năm tù ngay lập tức."

Nếu Bonnie và Clyde, thực sự là những tên cướp ngân hàng và chỉ quan tâm tới hình phạt dành cho họ, theo bạn họ sẽ làm gì? Hình 1 thể hiện những lựa chọn của họ. Mỗi tên sẽ có hai chiến lược: thú tội hoặc giữ im lặng. Hình phạt dành cho mỗi tên phụ thuộc vào chiến lược mà họ chọn cũng như chiến lược mà người đồng phạm chọn.

Đầu tiên, hãy xem xét quyết định của Bonnie. Anh ta lập luận như sau: "Tôi không biết Clyde sẽ làm gì. Nếu anh ta giữ im lặng, cách tốt nhất là tôi sẽ thú tội để được thả tự do hơn là phải ngồi tù 1 năm. Nếu anh ta thú tội, chiến lược tốt nhất của tôi vẫn là thú tội để ngồi tù tám năm thay vì phải ngồi tù 20 năm. Do đó, mặc cho Clyde sẽ làm gì, tôi sẽ có lợi hơn nếu như tôi thú tội."

Trong ngôn ngữ của lý thuyết trò chơi, một chiến lược được gọi là **chiến lược thống soái**[1] nếu như nó là chiến lược tốt nhất đối với một người chơi bất kể những người chơi khác chọn chiến lược gì. Trong trường hợp của Bonnie, thú tội là một chiến lược thống soái. Anh ta sẽ phải ở tù ít hơn nếu thú tội, bất kể Clyde có thú tội hay giữ im lặng.

Bây giờ chúng ta hãy xem xét quyết định của Clyde. Anh ta cũng có những lựa chọn tương tự như Bonnie và anh ta cũng lập luận theo cách tương tự. Bất kể Bonnie làm gì, Clyde có thể giảm bớt thời gian ở tù bằng cách thú tội. Nói cách khác, thú tội cũng là một chiến lược thống soái cho Clyde.

Cuối cùng, cả Bonnie và Clyde đều thú tội và cả hai phải ở tù 8 năm. Tuy nhiên, từ quan điểm của họ, đây quả thực là một kết cục tồi tệ. Nếu như cả hai đều giữ im lặng, họ sẽ có lợi hơn vì chỉ phải ở tù 1 năm do tội mang theo súng trái phép. Bởi vì họ chỉ nghĩ tới lợi ích cá nhân, cả hai đã phải nhận một kết cục xấu hơn.

---

1. **Chiến lược thống soái**: Là chiến lược tốt nhất cho một người chơi, bất kể người chơi kia lựa chọn chiến lược nào.

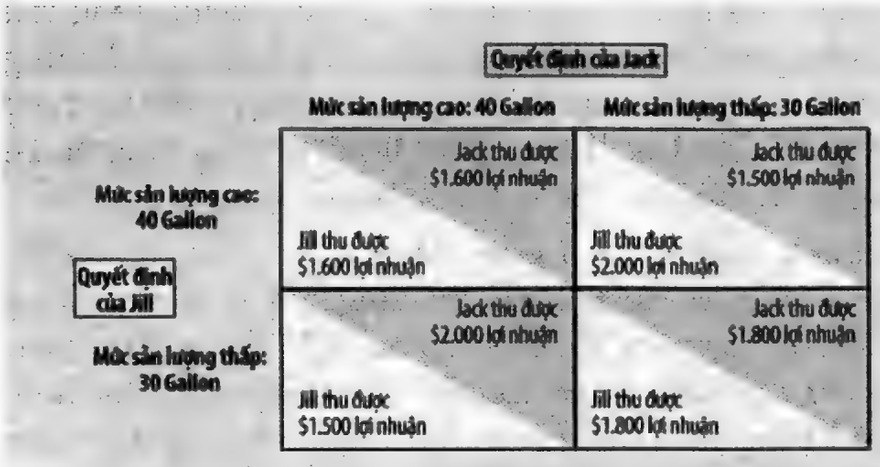
Có thể bạn sẽ nghĩ rằng Bonnie và Clyde lẽ ra phải thấy được kết cục này và chuẩn bị trước. Tuy nhiên ngay cả khi chuẩn bị một cách kỹ càng, họ cũng sẽ gặp phải nhiều vấn đề. Giả sử, trước khi cảnh sát bắt được Bonnie và Clyde, hai tên này đã thỏa thuận với nhau là sẽ không thú tội. Rõ ràng, khi giữ đúng thỏa thuận này, cả hai sẽ được lợi hơn vì như vậy chúng chỉ phải ở tù 1 năm. Nhưng liệu rằng hai tên tội phạm này có thực là sẽ giữ im lặng, đơn giản chỉ bởi vì chúng đã thỏa thuận với nhau như vậy? Một khi chúng bị tra xét một cách riêng biệt, logic về lợi ích cá nhân sẽ thắng và làm cho chúng thú tội. Sự hợp tác giữa hai tên tù nhân này khó có thể duy trì vì đứng trên quan điểm cá nhân thì việc đó thật là phi lý trí.

Doanh nghiệp độc quyền nhóm – Một dạng tình huống tiến thoái lưỡng nan của người tù

Trạng thái lưỡng nan của các tù nhân có mối liên hệ như thế nào với các loại thị trường và sự cạnh tranh không hoàn hảo? Có vẻ như trò chơi mà các doanh nghiệp độc quyền nhóm đang chơi để đạt được kết cục độc quyền cũng giống trò chơi mà hai phạm nhân đã chơi trong tình huống trên.

Hãy xem xét lại các lựa chọn của Jack và Jill. Sau những cuộc đàm phán dài hơi, hai nhà cung cấp nước sinh hoạt này thỏa thuận sẽ giữ mức sản lượng là 30 gallon, và do đó giá bán sẽ cao và họ sẽ thu được lợi nhuận tối đa. Tuy nhiên, sau khi họ đạt được thỏa thuận về mức sản lượng, mỗi người lại phải quyết định xem liệu có nên tiếp tục hợp tác và làm đúng như thỏa thuận hay là lờ nó đi và sản xuất ở mức sản lượng cao hơn. Hình 2 cho thấy lợi nhuận của hai nhà sản xuất này phụ thuộc vào chiến lược mà họ chọn như thế nào.

Giả sử bạn là Jack. Có lẽ bạn sẽ lập luận như sau: "Tôi có thể sẽ giữ sản lượng mức thấp là 30 gallon như chúng ta đã thỏa thuận, hoặc tôi cũng có thể tăng sản lượng và bán ra 40 gallon. Nếu Jill làm đúng thỏa thuận này và giữ mức sản lượng là 30 gallon, tôi sẽ kiếm được 2.000 đô la lợi nhuận với mức sản lượng cao hoặc là 1.800 đô la với mức sản lượng thấp. Trong trường hợp này, tôi sẽ được lợi hơn nếu như sản xuất ở mức sản lượng cao. Nếu Jill không thực hiện đúng thỏa thuận và sản xuất 40 gallon, thì tôi sẽ chỉ thu được 1.600 đô la lợi nhuận với mức sản lượng cao và chỉ 1.500 đô la với mức sản lượng thấp. Một lần nữa, tôi sẽ được lợi hơn với



Hình 2
Trò chơi độc quyền nhóm của Jack và Jill

Trong trò chơi giữa Jack và Jill, lợi nhuận mà mỗi người thu được từ việc bán nước sinh hoạt sẽ phụ thuộc vào lượng nước mà anh ta bán cũng như lượng nước mà người kia sẽ bán.

mức sản lượng cao. Do vậy, bất kể Jill sẽ chọn phương án nào, tôi sẽ được lợi hơn khi phá vỡ cam kết và sản xuất ở mức cao hơn.

Sản xuất ở mức 40 gallon là chiến lược thống soái cho Jack. Dĩ nhiên, Jill cũng lập luận tương tự và do đó cả hai đều sản xuất ở mức 40 gallon. Nhưng đối với cả Jack và Jill, đây là một kết quả bất lợi hơn vì mỗi người chỉ thu được mức lợi nhuận thấp.

Ví dụ này cho thấy lý do tại sao các doanh nghiệp độc quyền nhóm lại gặp phải những vấn đề trong việc duy trì lợi nhuận độc quyền. Kết cục độc quyền là một kết cục hợp lý chung cho thị trường độc quyền nhóm, nhưng mỗi doanh nghiệp độc quyền nhóm đều có động cơ để gian lận. Cũng giống như khi lợi ích cá nhân làm cho các phạm nhân trong tình huống tiến thoái lưỡng nan ở trên thú tội, lợi ích cá nhân cũng làm cho thị trường độc quyền nhóm khó có thể duy trì được sự hợp tác để đạt được mức sản lượng thấp, giá bán cao, và thu được lợi nhuận độc quyền.

NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG

OPEC và thị trường dầu thô thế giới

Câu chuyện về thị trường nước sinh hoạt trong một thị trấn ở trên chỉ là tưởng tượng, nhưng nếu chúng ta chuyển từ nước sinh hoạt sang dầu thô, từ Jack và Jill sang Iran và Iraq, thì câu chuyện này gần đúng với thực tế. Phần lớn dầu của thế giới được sản xuất ở một số ít các quốc gia, tập trung chủ yếu ở khu vực Trung Đông. Những quốc gia này cùng nhau tạo thành một thị trường độc quyền nhóm. Các quyết định về việc sẽ bơm bao nhiêu dầu của họ cũng giống như các quyết định của Jack và Jill về việc sẽ bơm bao nhiêu nước sạch.

Các nước sản xuất phần lớn dầu trên thế giới đã thành lập một cartel có tên gọi là Tổ chức các nước xuất khẩu dầu mỏ (OPEC). Được thành lập vào năm 1960, OPEC ban đầu chỉ có Iran, Iraq, Kuwait, Ả rập Saudi, và Venezuela. Tới năm 1970 có thêm tám quốc gia khác gia nhập bao gồm: Qatar, Indonesia, Libya, Các tiểu vương quốc Ả rập thống nhất, Algeria, Nigeria, Ecuador, và Gabon. Những nước này nắm giữ khoảng ¾ trữ lượng dầu mỏ thế giới. Cũng giống như những cartel khác, OPEC cố gắng tăng giá dầu thông gia việc hợp tác với nhau để giảm lượng dầu sản xuất. OPEC cố gắng đặt mức sản lượng cho từng thành viên.

Vấn đề mà OPEC gặp phải cũng giống như vấn đề của Jack và Jill trong câu chuyện của chúng ta. Các quốc gia OPEC muốn giữ giá dầu ở mức cao. Nhưng mỗi thành viên trong cartel này cũng bị cám dỗ từ việc tăng sản lượng để thu được phần lớn hơn trong tổng số lợi nhuận. Các thành viên OPEC thường thỏa thuận sẽ cắt giảm sản lượng nhưng sau đó lại gian lận các thỏa thuận này.

Giai đoạn từ 1973 tới 1985 là khoảng thời gian thành công nhất của OPEC trong việc duy trì sự hợp tác và mức giá cao. Giá dầu thô tăng từ 3 đô la một thùng năm 1972 lên 11 đô la một thùng vào năm 1974 và sau đó là 35 đô la năm 1981. Nhưng đến giữa thập niên 1980, các nước thành viên bắt đầu tranh cãi về các mức sản lượng, và OPEC trở nên không hiệu quả trong việc duy trì sự hợp tác. Đến năm 1986 giá dầu thô đã giảm xuống 13 đô la một thùng.

Trong những năm gần đây, các thành viên của OPEC tiếp tục gặp gỡ nhau một cách thường xuyên, nhưng cartel này đã không còn thành công trong việc đạt được thỏa thuận và thực hiện các thỏa thuận như trước nữa. Mặc dù giá dầu đã tăng đáng kể trong năm 2007 và 2008, nhưng ngoài sự bùng nổ của nền kinh tế Trung Quốc, nguyên nhân chính vẫn là do sự tăng lên trong nhu cầu của thị trường dầu thế giới, chứ không phải do sự hạn chế trong nguồn cung. Trong lúc sự thiếu hợp tác giữa các nước OPEC làm giảm lợi nhuận của các nước sản xuất dầu xuống dưới mức mà đáng lẽ ra họ sẽ nhận được, thì nó đã mang lại lợi ích cho người tiêu dùng toàn thế giới. ■

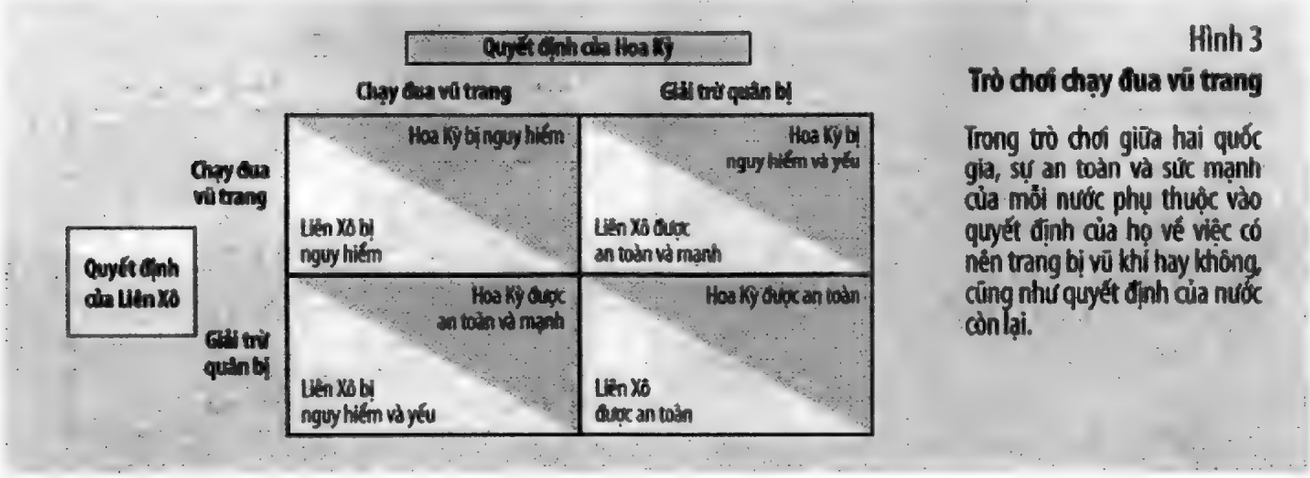
Các ví dụ khác về tình huống tiến thoái lưỡng nan của người tù

Như vậy, chúng ta đã thấy rằng tình huống tiến thoái lưỡng nan của người tù có thể được sử dụng để tìm hiểu những vấn đề mà các doanh nghiệp độc quyền nhóm gặp phải. Logic tương tự cũng áp dụng cho nhiều tình huống khác. Dưới đây chúng ta sẽ xem xét hai ví dụ mà ở đó lợi ích cá nhân ngăn cản sự hợp tác và dẫn tới một kết cục bất lợi hơn cho các bên liên quan.

Chạy đua vũ trang Nhiều thập niên sau Thế chiến thứ 2, hai cường quốc trên thế giới là Hoa Kỳ và Liên Xô đã tham gia vào một cuộc cạnh tranh về sức mạnh quân sự kéo dài. Chủ đề này đã kích thích một vài nghiên cứu trước đây về lý thuyết trò chơi. Những người nghiên cứu về lý thuyết trò chơi đã chỉ ra rằng một cuộc chạy đua vũ trang cũng giống như tình huống tiến thoái lưỡng nan của người tù.

Để biết lý do tại sao, chúng ta hãy xem xét các quyết định của Hoa Kỳ và Liên Xô về việc có nên sản xuất thêm vũ khí mới hay giải trừ quân bị. Mỗi nước đều muốn có nhiều vũ khí hơn vì điều đó sẽ mang lại sức ảnh hưởng lớn hơn trên thế giới. Nhưng họ cũng muốn sống trong một thế giới an toàn, không bị vũ khí của nước kia đe dọa.

Hình 3 minh họa cho trò chơi chết người này. Nếu Liên Xô quyết định sẽ trang bị thêm vũ khí, Hoa Kỳ sẽ có lợi hơn nếu họ cũng làm như vậy để không bị mất đi sức mạnh. Còn nếu Liên Xô quyết định giải trừ quân bị, Hoa Kỳ cũng sẽ có lợi hơn khi trang bị thêm vũ khí vì như vậy họ sẽ trở nên mạnh hơn. Đối với mỗi nước, trang bị thêm vũ khí là một chiến lược thống soái. Do đó, họ chọn sẽ tiếp



Hình 3
Trò chơi chạy đua vũ trang

Trong trò chơi giữa hai quốc gia, sự an toàn và sức mạnh của mỗi nước phụ thuộc vào quyết định của họ về việc có nên trang bị vũ khí hay không, cũng như quyết định của nước còn lại.

tục chạy đua vũ trang, và kết quả là nó mang lại một kết cục bất lợi hơn khi cả hai nước đều bị nguy hiểm.

Trong suốt thời kỳ chiến tranh lạnh, cả Hoa Kỳ và Liên Xô đều cố gắng giải quyết vấn đề này thông qua đàm phán và các thỏa thuận về kiểm soát vũ khí. Vấn đề mà họ gặp phải cũng giống như vấn đề mà các doanh nghiệp độc quyền nhóm gặp phải khi họ cố gắng duy trì một cartel. Cũng giống như khi các doanh nghiệp độc quyền nhóm tranh cãi về mức sản lượng, Hoa Kỳ và Liên Xô cũng tranh cãi về lượng khí tài mà mỗi nước được phép sử dụng. Và cũng giống như các cartel gặp phải các vấn đề trong việc thực hiện các mức sản lượng, Hoa Kỳ và Liên Xô đều sợ rằng đối thủ sẽ không thực hiện các cam kết. Ở trong cả hai tình huống chạy đua vũ trang và tình huống các doanh nghiệp độc quyền nhóm, logic về lợi ích cá nhân đã dẫn các bên tham gia tiến tới một kết cục không mang tính hợp tác và kết cục này không có lợi có các bên.

Các nguồn tài nguyên chung Trong Chương 11, chúng ta đã thấy rằng con người có xu hướng sử dụng quá mức các nguồn tài nguyên chung. Chúng ta có thể xem vấn đề này như là một ví dụ của tình huống tiến thoái lưỡng nan của người tù.

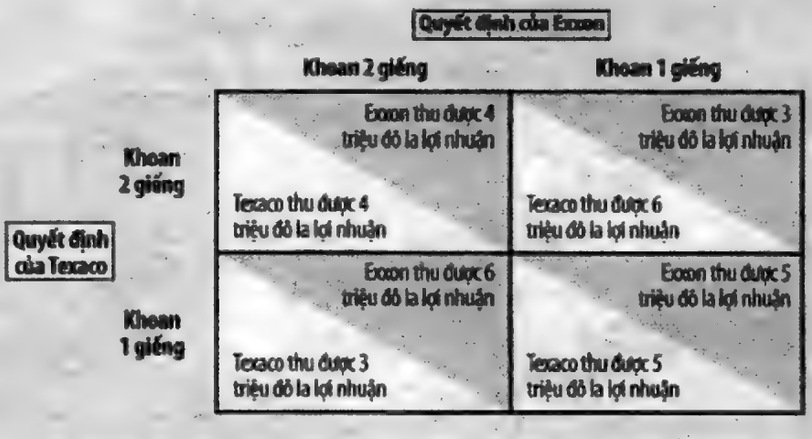
Giả sử hai công ty dầu Exxon và Texaco sở hữu các khu vực có dầu liền kề nhau. Dưới các khu vực này là một mỏ dầu chung có trị giá 12 triệu đô la. Khoan một giếng dầu để lấy được dầu tốn 1 triệu đô la. Nếu mỗi công ty khoan một giếng, họ sẽ thu được một nửa số dầu và thu về lợi nhuận là 5 triệu đô la (6 triệu đô doanh thu trừ đi 1 triệu đô la chi phí)

Vì mỏ dầu là một nguồn tài nguyên chung, các công ty này sẽ không sử dụng nó một cách hiệu quả. Giả sử một trong số hai công ty này khoan thêm một giếng dầu thứ hai. Công ty nào sở hữu hai trong số ba giếng dầu, sẽ thu được 2/3 tổng số dầu và thu về khoản lợi nhuận là 6 triệu đô la. Công ty còn lại chỉ có được 1/3 lượng dầu và chỉ thu được 3 triệu đô la lợi nhuận. Nhưng nếu mỗi công ty đều khoan giếng dầu thứ hai, cả hai sẽ phải phân chia lại lượng dầu. Trong trường hợp này, mỗi công ty sẽ phải chịu thêm chi phí cho giếng dầu thứ hai, vì vậy lợi nhuận mỗi bên thu được chỉ còn lại 4 triệu đô la.

Hình 4 mô tả trò chơi này. Khoan hai giếng dầu là một chiến lược thống soái cho mỗi công ty. Một lần nữa, lợi ích cá nhân của hai người chơi đã dẫn họ tới một kết cục bất lợi hơn.

Hình 4
Trò chơi về các nguồn tài nguyên chung

Trong trò chơi giữa hai doanh nghiệp cùng bơm dầu từ một mỏ dầu chung, lợi nhuận mà mỗi doanh nghiệp thu được phụ thuộc vào số giếng dầu mà họ khai thác cũng như số giếng dầu doanh nghiệp kia khai thác.



Tình huống tiến thoái lưỡng nan của người tù và phúc lợi xã hội

Tình huống tiến thoái lưỡng nan của người tù diễn tả nhiều tình huống trong cuộc sống và nó cũng cho thấy rằng khó có thể duy trì được sự hợp tác ngay cả khi nó làm lợi cho cả hai người chơi. Rõ ràng là sự thiếu hợp tác là một vấn đề của các bên liên quan trong các tình huống này. Nhưng đứng trên quan điểm của toàn xã hội, liệu nó có phải là một vấn đề hay không? Câu trả lời là nó phụ thuộc vào từng tình huống.

Trong một số trường hợp, điểm cân bằng không hợp tác có tác động xấu lên xã hội cũng như những người chơi. Trong trò chơi về cuộc chạy đua vũ trang ở Hình 3, cả Hoa Kỳ và Liên Xô đều bị nguy hiểm. Trong trò chơi về các nguồn tài nguyên chung ở Hình 4, các giếng dầu khoan thêm của Texaco và Exxon rõ ràng là một sự lãng phí. Trong cả hai ví dụ, toàn bộ xã hội sẽ có lợi hơn nếu cả hai người chơi hợp tác với nhau.

Ngược lại, trong trường hợp mà các doanh nghiệp độc quyền nhóm cố gắng duy trì lợi nhuận độc quyền, sự thiếu hợp tác lại là một điều được mong muốn nếu xét trên quan điểm của toàn bộ xã hội. Kết cục độc quyền có lợi cho các doanh nghiệp độc quyền nhóm, nhưng nó lại có hại đối với người tiêu dùng. Như chúng ta đã từng thấy trong Chương 7, kết cục cạnh tranh là kết cục tốt nhất cho xã hội vì nó giúp tối đa hóa tổng thặng dư. Khi các doanh nghiệp độc quyền nhóm không hợp tác với nhau, mức sản lượng mà họ sản xuất sẽ gần với mức sản lượng tối ưu hơn. Nói cách khác, bàn tay vô hình chỉ giúp thị trường phân bổ các nguồn lực một cách có hiệu quả khi thị trường đó là thị trường cạnh tranh, và thị trường chỉ mang tính cạnh tranh khi các doanh nghiệp trong đó không thể hợp tác với nhau.

Tương tự, hãy xem xét trường hợp cảnh sát xét hỏi hai nghi phạm. Sự thiếu hợp tác giữa hai tên này là một điều đáng mong muốn, bởi vì nó cho phép cảnh sát kết án họ đầy đủ tội hơn. Tình huống tiến thoái lưỡng nan của người tù dù chỉ là một trường hợp nan giải của các tù nhân, nhưng nó cũng có thể mang lại lợi ích cho những người khác.

Tại sao mọi người vẫn thỉnh thoảng hợp tác với nhau

Tình huống tiến thoái lưỡng nan của các tù nhân cho thấy rằng sự hợp tác là một điều khó đạt được. Nhưng liệu nó có phải là một điều không thể đạt được? Không phải tất cả các tù nhân khi bị xét hỏi đều quyết định sẽ tố giác đồng phạm của họ. Các cartel thỉnh thoảng cũng thành công trong việc duy trì các thỏa thuận cấu kết dù có các động cơ thúc đẩy các thành viên từ bỏ hợp tác. Những người chơi thường vẫn có thể giải quyết được tình huống tiến thoái lưỡng nan của các tù nhân bởi vì họ chơi trò chơi này không chỉ một mà là nhiều lần.

Để hiểu được tại sao sự hợp tác trở nên dễ thực hiện hơn trong các trò chơi được lặp đi lặp lại, chúng ta hãy trở lại trò chơi của hai nhà nhị quyền Jack và Jill, những người có các lựa chọn được thể hiện trong Hình 2. Jack và Jill muốn thỏa thuận trong việc duy trì kết cục độc quyền, mà ở đó, mỗi người sản xuất 30 gallon. Tuy nhiên, nếu Jack và Jill chỉ chơi trò chơi này một lần, chẳng ai trong số bọn họ

có động cơ để thực hiện thỏa thuận này. Lợi ích cá nhân sẽ làm cho họ thất hứa và chọn chiến lược thống soái là sản xuất 40 gallon.

Bây giờ giả sử Jack và Jill biết rằng họ sẽ chơi trò chơi này hàng tuần. Khi họ thỏa thuận lần đầu về việc giữ mức sản lượng thấp, họ cũng biết chính xác điều gì sẽ xảy ra nếu người kia thất hứa. Chẳng hạn, họ đồng ý rằng một khi một trong số bọn họ thất hứa và sản xuất 40 gallon, cả hai sẽ cùng sản xuất 40 gallon từ đó về sau. Hình phạt này rất dễ thực hiện bởi vì nếu một bên sản xuất ở mức sản lượng cao, bên kia cũng có lý do để làm điều tương tự.

Tính đe dọa của hình phạt này có thể là tất cả những gì cần thiết để duy trì sự hợp tác. Mỗi người đều biết rằng rời bỏ thỏa thuận sẽ làm tăng lợi nhuận của họ từ 1.800 đô la lên 2.000 đô la. Nhưng mối lợi này chỉ kéo dài được một tuần. Sau đó, lợi nhuận sẽ giảm xuống mức 1.600 đô la và giữ nguyên mức này. Khi những người chơi thực sự quan tâm tới lợi nhuận trong tương lai, họ sẽ từ bỏ món lợi duy nhất có được từ lần bội ước. Do đó, khi trò chơi về các tình huống tiến thoái lưỡng nan của các tù nhân được lặp đi lặp lại, rất có thể hai người chơi này sẽ đạt được kết cục hợp tác.

NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG *Giải đấu về tình huống tiến thoái lưỡng nan của người tù*

Giả sử bạn đang chơi trò chơi về tình huống tiến thoái lưỡng nan của người tù với một người khác và người này đang bị xét hỏi trong một căn phòng riêng biệt. Ngoài ra, giả sử bạn sẽ chơi trò chơi này không chỉ một lần mà nhiều lần. Điểm số của bạn khi trò chơi kết thúc là tổng số năm ở tù và bạn muốn điểm của bạn càng nhỏ càng tốt. Bạn sẽ chọn chiến lược gì? Bạn sẽ bắt đầu bằng việc thú tội hay giữ im lặng? Hành động của người chơi kia sẽ tác động tới những quyết định tiếp theo về việc thú tội của bạn như thế nào?

Sự lặp đi lặp lại của tình huống tiến thoái lưỡng nan của người tù là một trò chơi phức tạp. Để thúc đẩy sự hợp tác, những người chơi phải xử phạt nhau khi người kia không hợp tác. Tuy nhiên, chiến lược đã được mô tả trước kia cho cartel cung cấp nước sinh hoạt của Jack và Jill – là sẽ bội ước mãi mãi ngay khi người chơi kia bội ước – không có tính vị tha cho lắm. Trong một trò chơi được lặp đi lặp lại nhiều lần, chiến lược cho phép người chơi quay lại kết cục hợp tác sau một giai đoạn không hợp tác có lẽ được ưa thích hơn.

Để thấy được chiến lược nào sẽ là tốt nhất, nhà chính trị học Robert Axelrod đã tổ chức một cuộc thi đấu. Mọi người tham gia bằng cách gửi các chương trình máy tính được thiết kế để chơi trò chơi về tình huống tiến thoái lưỡng nan lặp đi lặp lại của người tù. Mỗi chương trình sau đó sẽ thi đấu với những chương trình khác. "Người chiến thắng" là chương trình nhận được tổng số năm ở tù ít nhất.

Người thắng cuộc thực ra là một chiến lược đơn giản có tên gọi là ăn miếng trả miếng. Theo luật ăn miếng trả miếng, một người chơi nên bắt đầu bằng việc hợp tác và sau đó làm theo bất cứ điều gì mà người chơi kia đã làm ở lần gần nhất. Theo đó, một người chơi có tư tưởng ăn miếng trả miếng sẽ hợp tác cho đến khi

người kia bội ước, và sau đó họ sẽ bội ước cho đến khi người kia hợp tác trở lại. Nói cách khác, chiến lược này bắt đầu một cách thân thiện, sau đó trừng phạt những người chơi không hợp tác và tha thứ cho họ nếu được đảm bảo. Axelrod đã ngạc nhiên khi biết rằng, chiến lược đơn giản này hiệu quả hơn bất cứ chiến lược phức tạp nào khác mà mọi người đã sử dụng.

Chiến lược ăn miếng trả miếng có một lịch sử lâu đời. Nó thực chất là chiến lược "gieo nhân nào, gặp quả đó" trong kinh thánh. Cuộc thi đấu về tình huống tiến thoái lưỡng nan của người tù cho thấy rằng đây là một nguyên tắc đơn giản và hiệu quả để chơi một số trò chơi trong cuộc sống. ■

KIỂM TRA NHANH: *Hãy kể lại câu chuyện về tình huống tiến thoái lưỡng nan của người tù. Hãy kẻ một bảng biểu diễn các lựa chọn của các tù nhân này và giải thích các kết cục có thể xảy ra. Tình huống tiến thoái lưỡng nan của người tù giúp chúng ta hiểu gì về thị trường độc quyền nhóm?*

CHÍNH SÁCH CÔNG VỀ THỊ TRƯỜNG ĐỘC QUYỀN NHÓM

Một trong *Mười Nguyên lý của Kinh tế học* ở Chương 1 là chính phủ thỉnh thoảng có thể cải thiện được những kết quả trên thị trường. Nguyên tắc này được áp dụng trực tiếp cho các thị trường độc quyền nhóm. Như chúng ta đã thấy, sự hợp tác giữa các doanh nghiệp độc quyền nhóm là một điều không mong đợi nếu xét trên quan điểm của toàn bộ xã hội bởi vì nó sẽ dẫn tới mức sản lượng quá thấp và mức giá quá cao. Để dịch chuyển sự phân bổ nguồn lực tới gần hơn với mức tối ưu xã hội, các nhà hoạch định chính sách nên khuyến khích các doanh nghiệp trong thị trường độc quyền nhóm cạnh tranh hơn là hợp tác với nhau. Chúng ta hãy cùng xem xét xem các nhà hoạch định chính sách sẽ thực hiện điều này như thế nào và sau đó hãy đánh giá các điểm gây tranh cãi sẽ xuất hiện trong lĩnh vực này của chính sách công.

Hạn chế của những bộ luật thương mại và luật chống độc quyền

Một trong những cách để ngăn cản sự hợp tác là thông qua đạo luật chung. Thông thường, quyền tự do ký kết hợp đồng là một phần tất yếu của nền kinh tế thị trường. Các doanh nghiệp và hộ gia đình sử dụng các hợp đồng để dàn xếp các hoạt động thương mại mang lại lợi ích cho nhau. Khi làm điều này, họ dựa vào hệ thống tòa án để đảm bảo việc thực thi các hợp đồng. Tuy nhiên, nhiều thế kỷ qua, các thẩm phán ở Anh và Hoa Kỳ xét thấy sự dàn xếp giữa các đối thủ cạnh tranh nhằm giảm sản lượng và nâng giá bán đi ngược lại với lợi ích của cộng đồng. Do đó họ không chấp nhận hiệu lực của các thỏa thuận như vậy.

Bộ luật chống độc quyền Sherman năm 1890 đã quy định và thực thi chính sách này như sau:

> Mọi hợp đồng, thỏa thuận dưới dạng hợp tác, thông đồng cũng như các dạng khác nhằm hạn chế thương mại và kinh doanh giữa các bang, hoặc với các nước khác sẽ bị xem là phạm pháp. Bất cứ ai giữ độc quyền hoặc tìm cách độc

quyền hoặc thông đồng hoặc kết hợp với một hay nhiều người khác nhằm chiếm độc quyền bất cứ lĩnh vực thương mại hay kinh doanh nào giữa các bang hoặc với các nước khác sẽ bị xem là vi phạm pháp luật và khi bị buộc tội sẽ bị phạt đến 50 nghìn đô la, hoặc phạt tù đến một năm hoặc phải chịu cả hai hình phạt trên theo phán quyết của tòa án.

Bộ luật Sherman đã đưa các thỏa thuận giữa các doanh nghiệp độc quyền nhóm từ dạng hợp đồng khó cưỡng chế thi hành thành một dạng âm mưu phạm pháp.

Bộ luật Clayton năm 1914 đã củng cố hiệu lực cho các bộ luật chống độc quyền. Theo bộ luật này, nếu một người có thể chứng minh được rằng anh ta bị thiệt hại từ một sự dàn xếp bất hợp pháp nhằm làm hạn chế thương mại, anh ta có thể khởi kiện và nhận được mức bồi thường gấp ba lần mức bị thiệt hại. Mục tiêu của quy tắc đền bù gấp ba lần mức thiệt hại này là nhằm khuyến khích các vụ kiện tư nhân chống lại các doanh nghiệp độc quyền nhóm đang âm mưu thông đồng với nhau.

Ngày nay, cả Bộ Tư pháp Hoa Kỳ và các chủ thể tư nhân đều có quyền khởi khiện để đảm bảo thực thi các bộ luật chống độc quyền. Như chúng ta đã thảo luận trong Chương 15, những bộ luật này được sử dụng nhằm ngăn cản các vụ sáp nhập mà từ đó dẫn tới việc một doanh nghiệp có quyền lực thị trường quá lớn. Ngoài ra, các bộ luật này cũng được sử dụng nhằm ngăn cản các doanh nghiệp độc quyền nhóm hợp tác với nhau nhằm làm giảm tính cạnh tranh trong thị trường của họ.

NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG

Một cuộc điện thoại bất hợp pháp

Các doanh nghiệp trên thị trường độc quyền nhóm có một động cơ lớn để cấu kết với nhau nhằm giảm sản lượng, tăng giá bán và tăng lợi nhuận. Nhà kinh tế học vĩ đại của thế kỷ 18 Adam Smith đã từng biết rất rõ thất bại tiềm tàng này của thị trường. Trong tác phẩm *Của Cải Của Các Quốc Gia*, ông viết "Mọi người trong cùng một hoạt động thương mại hiếm khi gặp nhau, nhưng những cuộc đối thoại của họ thường kết thúc bằng một âm mưu chống lại công chúng hoặc là một mưu đồ nào đó để tăng giá."

Để tìm hiểu một ví dụ ở hiện tại tương tự như quan sát của Smith, hãy xem xét một đoạn trích từ một cuộc nói chuyện điện thoại giữa hai giám đốc của hai công ty hàng không đầu những năm 1980. Cuộc nói chuyện này đã được đăng trên tờ New York Times vào ngày 24 tháng 2 năm 1983. Robert Crandall là chủ tịch hãng American Airlines còn Howard Putnam là chủ tịch của hãng Braniff Airways.

CRANDALL: Tôi nghĩ rằng thật là ngu xuẩn... khi cứ đấu đá nhau trong khi cả hai chẳng kiếm được một xu chết tiệt nào.

PUTNAM: Anh có gợi ý gì?

CRANDALL: Có, tôi có một gợi ý này cho anh. Hãy tăng giá vé của anh lên 20% Tôi sẽ tăng giá vé của tôi vào sáng mai.

PUTNAM: Robert, nhưng mà chúng ta....

CRANDALL: Anh kiếm thêm được tiền và tôi cũng vậy.

PUTNAM: Chúng ta không thể bàn bạc về việc định giá đâu

CRANDALL: Ôi, Howard. Chúng ta có thể nói về bất cứ cái quái gì mà chúng ta muốn.

Putnam đã đúng, bộ luật chống độc quyền Sherman nghiêm cấm các doanh nghiệp cạnh tranh nhau bàn bạc với nhau về việc định giá. Khi Putnam nộp cuốn băng ghi lại cuộc nói chuyện này cho Bộ Tư pháp, cơ quan này đã khởi tố Crandall.

Hai năm sau đó, Crandall và Bộ Tư pháp đạt được một sự dàn xếp mà trong đó Crandall đồng ý với các hạn chế trong các hoạt động kinh doanh của ông ta, bao gồm liên lạc của ông với các viên chức ở các hãng hàng không khác. Bộ Tư pháp cho rằng những điều khoản trong thỏa thuận này sẽ đảm bảo sự cạnh tranh trong ngành hàng không, bằng cách ngăn cản những nỗ lực của hãng American Airline và Crandall có những hành vi độc quyền hóa dịch vụ vận tải hành khách bằng đường hàng không ở bất cứ tuyến bay nào thông qua việc bàn bạc với các đối thủ cạnh tranh về giá của các dịch vụ hàng không. ■

Những điểm gây tranh cãi của chính sách chống độc quyền

Theo thời gian, nhiều điểm tranh cãi tập trung vào câu hỏi những kiểu hành vi nào luật chống độc quyền nên ngăn cấm. Hầu hết các nhà bình luận đều đồng ý rằng các thỏa thuận về định giá bán giữa các doanh nghiệp cạnh tranh nhau nên bị cho là phạm pháp. Tuy nhiên các bộ luật chống độc quyền cũng được sử dụng để lên án một số hoạt động kinh doanh không có tác động rõ ràng. Chúng ta sẽ xem xét ba ví dụ sau đây:

Cố định giá bán lẻ Một ví dụ về một hoạt động kinh doanh gây tranh cãi là hoạt động *cố định giá bán lẻ*. Giả sử Công ty điện tử Superduper bán các đầu đĩa DVD cho các cửa hàng bán lẻ với giá 300 đô la một cái. Nếu Superduper yêu cầu những cửa hàng bán lẻ này phải bán cho khách hàng với giá 350 đô la một cái, họ sẽ bị cho là tham gia vào việc cố định giá bán lẻ. Bất cứ cửa hàng nào bán với giá thấp hơn 350 đô la sẽ vi phạm hợp đồng với Superduper.

Thoạt nhìn, cố định giá bán lẻ có vẻ như hạn chế sự cạnh tranh và do đó có tác động xấu tới xã hội. Giống như một thỏa thuận giữa các thành viên trong một cartel, nó ngăn cản những người bán lẻ cạnh tranh nhau về giá bán. Vì lý do này, tòa án từng xem việc cố định giá bán lẻ là một hành vi vi phạm các bộ luật chống độc quyền.

Tuy nhiên, một số nhà kinh tế học lại bảo vệ hoạt động cố định giá bán lẻ vì hai lý do. Đầu tiên, họ không cho rằng điều đó là nhằm làm giảm đi tính cạnh tranh. Lý do là bởi vì nếu Superduper có một mức độ quyền lực thị trường nào đó, họ có thể sử dụng nó thông qua giá bán buôn thay vì phải thông qua việc cố định giá bán lẻ. Ngoài ra, Superduper cũng không có động cơ nào để làm giảm tính cạnh tranh giữa các nhà bán lẻ của họ. Thực ra, bởi vì một cartel các nhà bán lẻ bán được ít hàng hơn một nhóm các nhà bán lẻ cạnh tranh nhau, Superduper sẽ bị thiệt hại khi các nhà bán lẻ của họ là một cartel.

Thứ hai, các nhà kinh tế học tin rằng việc cố định giá bán lẻ có một mục đích chính đáng. Superduper có thể muốn các nhà bán lẻ cung cấp cho khách hàng một phòng trưng bày đẹp mắt và đội ngũ bán hàng chuyên nghiệp. Tuy nhiên, nếu không cố định giá bán lẻ, một vài khách hàng có thể sử dụng dịch vụ của một cửa hàng để tìm hiểu các đặc điểm nổi bật của đầu DVD ở cửa hàng này, nhưng sau đó lại mua sản phẩm ở một cửa hàng giảm giá nhưng không cung cấp dịch vụ này. Ở một khía cạnh nào đó, dịch vụ tốt là một hàng hóa công của các nhà bán lẻ sản phẩm của Superduper. Như chúng ta đã thảo luận ở Chương 11, khi một người cung cấp hàng hóa công, những người khác có thể sử dụng nó mà không phải trả tiền. Trong trường hợp này, các nhà bán lẻ giảm giá sẽ tận dụng dịch vụ cung cấp thông tin từ các nhà bán lẻ khác, và dẫn đến có ít dịch vụ hơn mong muốn. Cố định giá bán lẻ là một cách để Superduper giải quyết vấn đề kẻ thụ hưởng miễn phí này.

Ví dụ về cố định giá bán lẻ minh họa cho một nguyên tắc quan trọng: *các hoạt động kinh doanh tuy có vẻ làm giảm đi tính cạnh tranh nhưng thực tế có thể có những mục đích chính đáng*. Nguyên tắc này làm cho việc thi hành các bộ luật chống độc quyền trở nên khó khăn hơn. Các nhà kinh tế học, luật sư và thẩm phán có trách nhiệm thực thi những bộ luật này phải xác định rõ những loại hành vi nào mà chính sách công nên ngăn cấm vì chúng có thể cản trở sự cạnh tranh và làm giảm lợi ích kinh tế. Công việc này thường không dễ chút nào.

Bán phá giá Các doanh nghiệp có quyền lực thị trường thường sử dụng sức mạnh đó để tăng giá bán lên cao hơn mức cạnh tranh. Nhưng liệu các nhà hoạch chính sách có bao giờ lo lắng về việc các doanh nghiệp này sẽ áp một mức giá rất thấp? Câu hỏi này là trung tâm của một cuộc tranh cãi thứ hai về chính sách chống độc quyền.

Giả sử một hãng hàng không lớn, có tên là Coyote Air, là doanh nghiệp độc quyền trên một số tuyến bay. Sau đó Roadrunner Express gia nhập và lấy đi 20% thị phần, để lại 80% cho Coyote. Để đáp lại sự cạnh tranh này, Coyote bắt đầu giảm giá vé. Một số nhà phân tích về chống độc quyền cho rằng, hành động của Coyote có thể làm giảm tính cạnh tranh: Giảm giá có thể nhằm loại bỏ Roadrunner ra khỏi thị trường, sau đó Coyote sẽ lấy lại vị thế độc quyền của họ và tăng giá trở lại. Những hành vi như vậy được gọi là bán phá giá.

Mặc dù việc bán phá giá thường được đề cập tới trong các vụ kiện chống độc quyền, nhưng một số nhà kinh tế học nghi ngờ điều này và tin rằng bán phá giá rất hiếm khi xảy ra và có lẽ nó chưa bao giờ là một chiến lược kinh doanh mang lại lợi nhuận. Tại sao? Để cuộc chiến về giá có thể loại bỏ được đối thủ cạnh tranh, giá phải thấp hơn chi phí. Tuy nhiên, nếu Coyote bắt đầu việc bán vé giá rẻ tới mức họ bị thua lỗ, họ sẽ phải chuẩn bị cho việc có thêm nhiều chuyến bay vì giá rẻ sẽ thu hút thêm khách hàng. Trong khi đó, Roadrunner có thể đáp trả hành vi phá giá của Coyote bằng cách cắt giảm số chuyến bay. Kết quả là, Coyote sẽ phải chịu hơn 80% tổn thất và điều này sẽ giúp Roadrunner sống sót sau cuộc chiến về giá. Cũng giống như trong bộ phim hoạt hình Roadrunner-Coyote, kẻ săn mồi phải chịu nhiều tổn thất hơn con mồi.

Bán kèm sản phẩm Ví dụ thứ ba là một hoạt động kinh doanh gây tranh cãi được gọi là *bán hàng theo kiểu bán kèm sản phẩm*. Giả sử hãng phim Makemoney

sản xuất hai bộ phim mới là *Ironman* và *Hamlet*. Nếu Makemoney bán chung hai bộ phim này cho các rạp chiếu phim với một mức giá, thay vì bán mỗi bộ riêng rẽ, hãng phim này sẽ bị cho là đang bán kèm sản phẩm của họ.

Khi hoạt động bán kèm hai bộ phim này bị đưa ra xét xử ở tòa, tòa án tối cao đã nghiêm cấm việc này. Tòa án lập luận như sau: giả sử Ironman là một bộ phim bom tấn, trong khi đó *Hamlet* chỉ là một bộ phim mang tính nghệ thuật chứ không mang lại lợi nhuận, hãng phim này có thể sử dụng mức cầu cao của Ironman để ép các rạp chiếu phim mua *Hamlet*. Có vẻ như hãng phim này có thể sử dụng hoạt động bán kèm sản phẩm như một cách thức để mở rộng quyền lực thị trường của họ.

Nhiều nhà kinh tế học hoài nghi lập luận này. Giả sử các rạp chiếu phim sẵn lòng trả 20.000 đô la cho *Ironman*, nhưng không muốn trả đồng nào cho *Hamlet*. Khả năng xảy ra nhiều nhất sẽ là một rạp chiếu phim sẽ mua cả hai bộ phim với giá 20.000 đô la – cũng bằng với mức giá của một mình bộ phim *Ironman*. Ép buộc rạp chiếu phim mua một bộ phim không có giá trị thương mại như là một phần của hợp đồng không làm tăng mức độ sẵn lòng chi trả của họ. Makemoney không thể gia tăng quyền lực thị trường đơn giản chỉ bằng cách gắn hai bộ phim này lại với nhau.

Vậy tại sao hành vi bán kèm sản phẩm lại tồn tại? Có khả năng nó là một dạng phân biệt giá. Giả sử chỉ có hai rạp chiếu phim. Rạp City Theater sẵn lòng trả 15.000 đô la cho bộ phim Ironman và 5.000 đô la cho bộ phim *Hamlet*. Còn rạp Country Theater thì ngược lại: họ sẵn sàng trả 15.000 đô la cho *Hamlet* và chỉ 5.000 đô la cho *Ironman*. Nếu Makemoney bán hai bộ phim này với hai giá khác nhau, chiến lược tốt nhất của họ sẽ là bán mỗi bộ phim trên với giá 15.000 đô la, và mỗi rạp sẽ chọn chiếu một bộ phim. Tuy nhiên, nếu Makemoney bán hai bộ phim này trong một gói, họ có thể bán cho mỗi rạp chiếu phim với giá 20.000 đô la cho gói sản phẩm này. Do đó, nếu các rạp chiếu phim khác nhau định giá hai bộ phim này khác nhau, bán kèm sản phẩm có thể giúp hãng phim tăng lợi nhuận bằng cách bán ở một mức giá kết hợp và mức giá này sát với tổng mức sẵn lòng chi trả của người mua hơn.

Bán kèm sản phẩm vẫn còn là một hoạt động kinh doanh gây tranh cãi. Lập luận của tòa án tối cao về việc bán kèm sản phẩm cho phép một doanh nghiệp mở rộng quyền lực thị trường của họ tới các sản phẩm khác là không thực sự có cơ sở, ít nhất là dưới dạng đơn giản nhất của nó. Nhưng các nhà kinh tế học lại đưa ra nhiều lý thuyết hoàn thiện hơn về việc bán kèm sản phẩm có thể làm giảm tính cạnh tranh như thế nào. Dựa vào những kiến thức gần đây của chúng ta về kinh tế học, chúng ta vẫn chưa biết liệu bán kèm sản phẩm có tác động xấu lên toàn bộ xã hội hay không?

NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG

Vụ kiện tập đoàn Microsoft

Trường hợp quan trọng nhất và gây nhiều tranh cãi nhất trong những năm gần đây là trường hợp chính phủ Hoa Kỳ kiện tập đoàn Microsoft vào năm 1998. Đây quả thật là một vụ kiện đầy kịch tính. Đó là cuộc tranh đấu giữa một trong những

người đàn ông giàu nhất thế giới (Bill Gates) và một trong những cơ quan hành pháp quyền lực nhất thế giới (Bộ Tư pháp Hoa Kỳ). Biện hộ cho chính phủ Hoa Kỳ là một giáo sư kinh tế học nổi tiếng của MIT, giáo sư Franklin Fisher. Biện hộ cho Microsoft cũng là một giáo sư kinh tế học nổi tiếng không kém của MIT, giáo sư Richard Schmalensee. Tương lai của một trong những công ty có giá trị nhất thế giới (Microsoft) trong một trong những ngành công nghiệp phát triển nhanh nhất của Hoa Kỳ (ngành công nghiệp phần mềm máy tính) đang bị đe dọa.

Vấn đề trọng tâm trong vụ kiện Microsoft là hành vi bán kèm sản phẩm mà cụ thể là việc có nên cho phép Microsoft tích hợp trình duyệt Internet vào trong hệ điều hành Windows của họ hay không. Chính phủ Hoa Kỳ cho rằng Microsoft đang gắn hai sản phẩm này với nhau nhằm mở rộng quyền lực thị trường của họ trên thị trường hệ điều hành máy tính sang một thị trường khác là thị trường các trình duyệt internet. Chính phủ Hoa Kỳ cho rằng việc cho phép Microsoft tích hợp những sản phẩm này vào hệ điều hành của họ, sẽ cản trở những công ty phần mềm khác gia nhập vào thị trường này và bán những sản phẩm mới.

Microsoft đáp trả bằng cách chỉ ra rằng, việc đưa các đặc điểm mới vào các sản phẩm cũ là một bản chất của phát triển công nghệ. Xe hơi ngày nay cũng được gắn máy chơi nhạc CD và điều hòa nhiệt độ, những thứ trước kia được bán một cách riêng rẽ. Máy chụp hình cũng được gắn đèn flash. Các hệ điều hành cũng tương tự như vậy. Theo thời gian, Microsoft đã thêm nhiều đặc điểm vào Windows, những thứ mà trước kia là những sản phẩm độc lập. Điều này làm cho máy tính trở nên đáng tin cậy và dễ sử dụng hơn vì khách hàng biết chắc rằng những phần này hoạt động tương thích với nhau. Microsoft cho rằng sự tích hợp của công nghệ Internet là một bước tiến tự nhiên tiếp theo.

Có một điểm bất đồng liên quan tới quy mô quyền lực thị trường của Micrsoft. Khi biết hơn 80 phần trăm máy tính cá nhân sử dụng hệ điều hành của Microsoft, chính phủ Hoa Kỳ cho rằng công ty này có một sức mạnh độc quyền rất lớn và họ đang cố gắng mở rộng nó. Microsoft trả lời rằng thị trường phần mềm không ngừng thay đổi và hệ điều hành của họ luôn chịu sự cạnh tranh từ các đối thủ khác như hệ điều hành Apple Mac và Linux. Họ còn cho rằng mức giá thấp của hệ điều hành Windows – khoảng 50 đô la, chỉ bằng 3% giá của một chiếc máy tính thông thường – là bằng chứng cho thấy quyền lực thị trường của họ là vô cùng hạn chế.

Giống như nhiều vụ kiện chống độc quyền lớn khác, vụ kiện Microsoft trở thành một bãi lầy pháp lý. Vào tháng 11 năm 1999, sau một quá trình tố tụng kéo dài, thẩm phán Penfield Jackson đã kết luận rằng Microsoft có một sức mạnh độc quyền quá lớn và họ đã lạm dụng khả năng đó một cách bất hợp pháp. Vào tháng 6 năm 2000, sau khi nghe các phương án khả dĩ, ông ta đã yêu cầu tách Microsoft ra thành hai công ty – một cái bán hệ điều hành, còn một cái bán các phần mềm ứng dụng. Một năm sau đó, phiên tòa kháng cáo đã lật ngược quyết định chia tách của Jackson và chuyển vụ kiện này tới một thẩm phán khác. Vào tháng 9 năm 2001, Bộ Tư pháp thông báo rằng họ sẽ không tìm cách chia tách công ty này nữa và muốn kết thúc vụ án một cách nhanh chóng.

Vụ án cuối cùng cũng kết thúc vào tháng 11 năm 2002. Microsoft chấp nhận một số hạn chế trong hoạt động kinh doanh của họ, còn chính phủ thì chấp thuận

trình duyệt internet là một phần của hệ điều hành Windows. Nhưng kết luận này vẫn chưa kết thúc các rắc rối liên quan đến chống độc quyền của Microsoft. Trong những năm gần đây, công ty này vẫn phải vật lộn với nhiều vụ kiện chống độc quyền tư nhân cũng như các vụ kiện từ Liên minh châu Âu khi bị cáo buộc hàng loạt hành vi làm giảm đi tính cạnh tranh. ■

KIỂM TRA NHANH: *Những loại thỏa thuận nào là phi pháp đối với các doanh nghiệp? • Tại sao các bộ luật chống độc quyền lại gây ra nhiều tranh cãi?*

KẾT LUẬN

Các doanh nghiệp độc quyền nhóm muốn hoạt động như những doanh nghiệp độc quyền, nhưng lợi ích cá nhân đã đẩy họ tới cạnh tranh. Việc các doanh nghiệp độc quyền nhóm kết thúc ở đâu giữa hai trạng thái này phụ thuộc vào số lượng doanh nghiệp trong thị trường độc quyền nhóm và sự hợp tác giữa họ. Câu chuyện về tình huống tiến thoái lưỡng nan giải thích lý do tại sao các doanh nghiệp độc quyền nhóm có thể thất bại trong việc duy trì sự hợp tác, ngay cả khi nó mang lại lợi ích cao nhất cho họ.

Các nhà hoạch định chính sách kiểm soát hành vi của các doanh nghiệp độc quyền nhóm thông qua các bộ luật chống độc quyền. Phạm vi hợp lý cho những bộ luật này vẫn là chủ đề không ngừng gây tranh cãi. Mặc dù việc điều chỉnh giá bán giữa các doanh nghiệp cạnh tranh nhau rõ ràng sẽ làm giảm phúc lợi kinh tế nên bị cho là bất hợp pháp, một vài hoạt động kinh doanh thoạt nhìn có vẻ sẽ làm giảm sự cạnh tranh lại có thể có những mục đích chính đáng. Kết quả là các nhà hoạch định chính sách cần phải cẩn thận khi họ sử dụng quyền lực lớn lao của các bộ luật chống độc quyền để đặt ra các hạn chế lên hành vi của doanh nghiệp.

TÓM TẮT

- Các doanh nghiệp độc quyền nhóm tối đa hóa tổng lợi nhuận của họ bằng cách thành lập một cartel và hoạt động như một doanh nghiệp độc quyền. Tuy nhiên, khi các doanh nghiệp độc quyền nhóm quyết định mức sản lượng một cách độc lập, kết quả là mức sản lượng lớn hơn và mức giá thấp hơn so với thị trường độc quyền. Số lượng doanh nghiệp trên thị trường độc quyền nhóm càng lớn, thì mức sản lượng và mức giá càng gần với kết cục của thị trường cạnh tranh hoàn hảo.
- Tình huống tiến thoái lưỡng nan của người tù chỉ ra rằng lợi ích cá nhân có thể ngăn cản mọi người duy trì sự hợp tác ngay cả khi sự hợp tác này mang lại lợi ích cho các bên liên quan. Logic về tình huống tiến thoái lưỡng nan của người tù áp dụng cho nhiều tình huống, chẳng hạn như: các cuộc chạy đua vũ trang, các vấn đề liên quan tới các nguồn tài nguyên chung, và các doanh nghiệp độc quyền nhóm.

- Các nhà hoạch định chính sách sử dụng luật chống độc quyền để ngăn cản các doanh nghiệp độc quyền nhóm có hành vi làm giảm đi tính cạnh tranh. Việc thi hành những bộ luật này có thể gây ra nhiều tranh cãi bởi vì một vài hành vi có vẻ làm giảm đi tính cạnh tranh nhưng thực ra lại có những mục đích kinh doanh chính đáng.

KHÁI NIỆM THEN CHỐT

Độc quyền nhóm	oligopoly
Lý thuyết trò chơi	game theory
Sự cấu kết	collusion
Cartel	Cartel
Cân bằng Nash	Nash equilibrium
Tình huống tiến thoái lưỡng nan của người tù	prisoners' dilemma
Chiến lược thống soái	dominant strategy

CÂU HỎI ÔN TẬP

1. Hãy so sánh mức sản lượng và mức giá của thị trường độc quyền nhóm với thị trường độc quyền.
2. Nếu một nhóm người bán có khả năng thành lập một cartel, họ sẽ đặt mức sản lượng và mức giá nào?
3. Số lượng doanh nghiệp trên thị trường độc quyền nhóm tác động tới kết cục của thị trường này như thế nào?
4. Hãy so sánh sản lượng và mức giá của thị trường độc quyền nhóm với thị trường cạnh tranh.
5. Hãy lấy hai ví dụ ngoài ví dụ về thị trường độc quyền nhóm để cho thấy việc tình huống tiến thoái lưỡng nan của người tù giúp giải thích hành vi của con người như thế nào?
6. Tình huống tiến thoái lưỡng nan của người tù là gì và nó có mối quan hệ như thế nào với thị trường độc quyền nhóm?
7. Hoạt động cố định giá bán lẻ là gì và tại sao nó lại gây tranh cãi?
8. Luật chống độc quyền nghiêm cấm những loại hành vi nào?

BÀI TẬP VÀ ỨNG DỤNG

1. Tờ *New York Times* ngày 30 tháng 11 năm 1993 viết rằng "Tuần trước, việc OPEC không thể đạt được thỏa thuận cắt giảm sản lượng đã làm cho thị

trường dầu trở nên hỗn loạn..... [dẫn đến] giá dầu thô trên thị trường trong nước thấp nhất kể từ tháng 6 năm 1990."

a. Tại sao các thành viên OPEC lại cố gắng cắt giảm sản lượng?

b. Tại sao bạn cho rằng OPEC không thể đạt được thỏa thuận về việc cắt giảm sản lượng? Tại nó nó lại dẫn tới việc thị trường dầu trở nên hỗn loạn?

c. Bài báo cũng lưu ý tới quan điểm của OPEC là "những quốc gia sản xuất dầu nằm ngoài tổ chức này như Na Uy và Anh, nên góp phần vào việc cắt giảm sản lượng". Cụm từ "góp phần" gợi ý điều gì về mối quan hệ mà OPEC mong muốn đạt được với Na Uy và Anh?

2. Phần lớn lượng cung kim cương trên thế giới đến từ Nga và Nam Phi. Giả sử chi phí biên của việc khai thác kim cương cố định ở mức 1.000 đô la một viên, và biểu cầu của kim cương như sau:

Giá	Sản lượng
$8.000	5.000 Viên
7.000	6.000
6.000	7.000
5.000	8.000
4.000	9.000
3.000	10.000
2.000	11.000
1.000	12.000

a. Nếu có nhiều nhà cung cấp kim cương, mức sản lượng và giá kim cương là bao nhiêu?

b. Nếu chỉ có một nhà cung cấp kim cương, mức sản lượng và giá kim cương là bao nhiêu?

c. Nếu Nga và Nam Phi thành lập một cartel, sản lượng và giá kim cương là bao nhiêu? Nếu hai nước này chia đều thị trường, mức sản lượng và lợi nhuận của Nam Phi là bao nhiêu? Điều gì sẽ xảy ra với lợi nhuận của Nam Phi nếu họ tăng sản lượng lên thêm 1.000 viên còn Nga vẫn giữ đúng cam kết của cartel?

d. Sử dụng câu trả lời trong Câu (c) để giải thích tại sao các thỏa thuận cartel thường không được thực hiện.

3. Hãy xem xét hoạt động thương mại giữa Hoa Kỳ và Mexico. Giả sử lãnh đạo của hai nước tin rằng kết quả của các chính sách thương mại khác nhau sẽ như bảng sau:

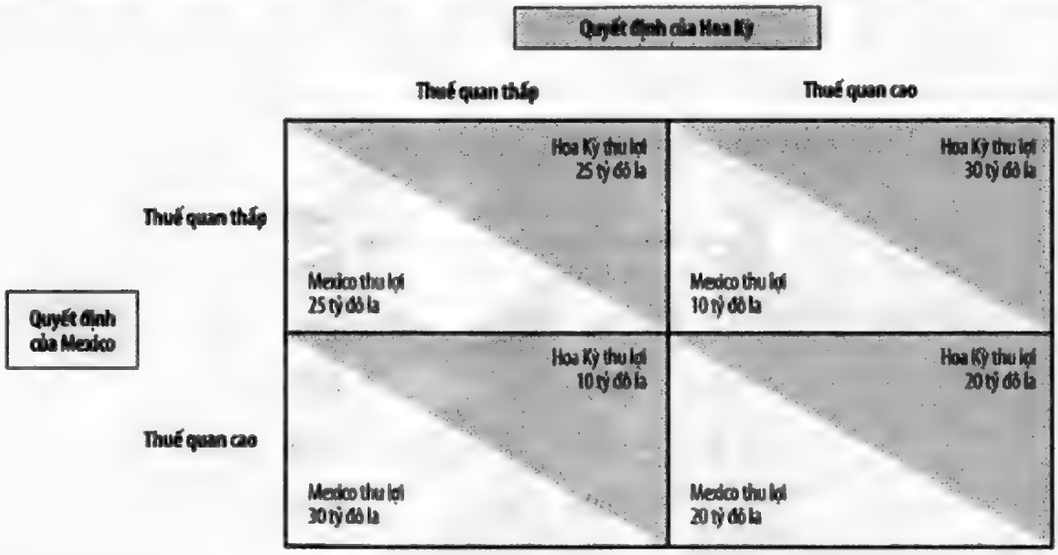
a. Chiến lược thống soái của Hoa Kỳ là gì? Của Mexico là gì? Giải thích.

b. Hãy định nghĩa cân bằng Nash. Cân bằng Nash trong chính sách thương mại là gì?

c. Năm 1993, Quốc hội Hoa Kỳ đã phê chuẩn Hiệp định thương mại tự do khu vực Bắc Mỹ, trong đó Hoa Kỳ và Mexico đã thỏa thuận sẽ cùng nhau cắt giảm các rào cản thương mại. Liệu các kết quả được trình bày ở đây có thể giải thích cho cách tiếp cận chính sách thương mại này không? Giải thích.

d. Dựa vào những hiểu biết của bạn về những lợi ích của thương mại (đã được thảo luận trong Chương 3 và Chương 9), bạn có nghĩ rằng những lợi ích này có thực sự phản ánh phúc lợi của một quốc gia dưới bốn kết cục nêu trên hay không?

4. Chương này thảo luận về các công ty độc quyền nhóm trong thị trường các



sản phẩm của họ. Có nhiều ý tưởng tương tự áp dụng cho các công ty độc quyền nhóm trong thị trường các sản phẩm đầu vào mà họ mua.

a. Nếu những người bán hàng độc quyền nhóm cố gắng tăng giá bán sản phẩm, vậy đâu là mục tiêu của những người mua hàng là những doanh nghiệp độc quyền nhóm?

b. Các chủ sở hữu của các đội bóng chày lớn có một thị trường độc quyền nhóm về các cầu thủ chơi bóng chày. Mục tiêu về lương dành cho các cầu thủ của các ông chủ này là gì? Tại sao mục tiêu này lại khó có thể đạt được?

c. Các cầu thủ bóng chày tiến hành bãi công vào năm 1994 bởi vì họ không đồng ý với mức lương trần mà những người chủ sở hữu muốn áp đặt. Nếu những người chủ sở hữu có thể cấu kết với nhau trong việc trả lương cho cầu thủ, tại sao họ lại muốn áp đặt mức lương trần?

5. Bạn và một bạn cùng lớp được giao một bài tập lấy điểm chung. Mỗi người các bạn đều muốn đạt được điểm cao, nhưng lại muốn trốn tránh công việc. Tình huống cụ thể như sau:

- Nếu cả hai bạn làm việc chăm chỉ, các bạn sẽ được điểm A, điều đó làm cho bạn có được 40 điểm về sự hạnh phúc.
- Nếu chỉ có một trong hai bạn làm việc chăm chỉ, cả hai sẽ được điểm B, tương đương 30 điểm hạnh phúc.

- Nếu không ai làm việc cả, các bạn sẽ bị điểm D và chỉ có 10 điểm hạnh phúc
- Làm việc chăm chỉ tốn 25 điểm hạnh phúc

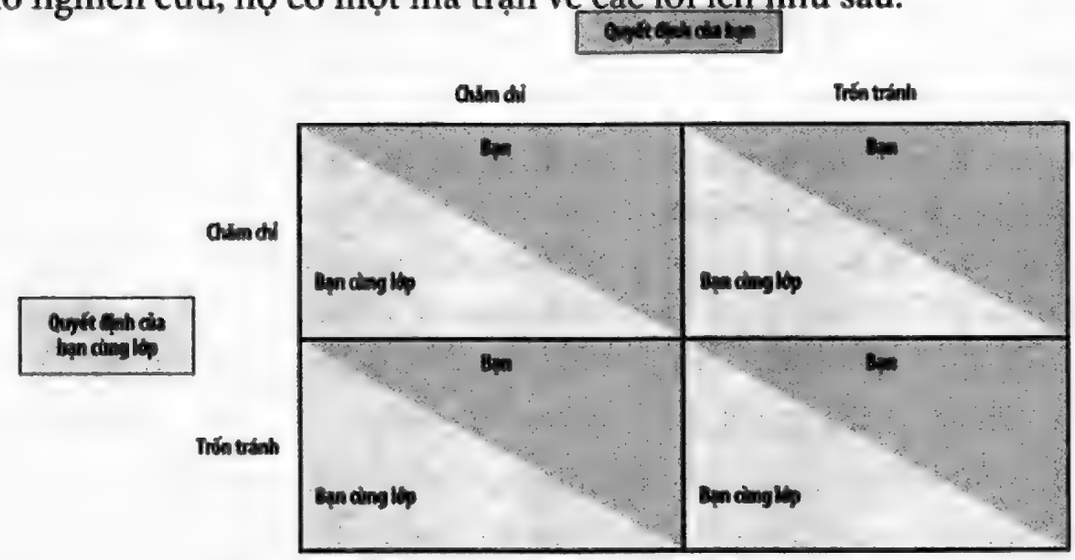
a. Hãy điền các kết quả vào các ô quyết định sau:

b. Kết cục nào có thể xảy ra? Giải thích câu trả lời của bạn.

c. Nếu bạn cùng làm việc với người bạn cùng lớp này trong nhiều bài tập trong suốt một năm, thay vì chỉ một lần duy nhất, điều này sẽ làm cho các kết cục mà bạn dự đoán trong Câu (b) thay đổi như thế nào?

d. Một người bạn cùng lớp khác quan tâm nhiều hơn tới điểm số. Anh ta sẽ có 50 điểm hạnh phúc nếu được điểm B, và 80 điểm cho điểm A. Nếu người bạn cùng lớp này là đối tác của bạn (giả sử sự yêu thích về điểm số của bạn vẫn không đổi), câu trả lời của bạn trong Câu (a) và Câu (b) sẽ thay đổi như thế nào? Bạn sẽ chọn ai trong số hai người bạn cùng lớp này làm đối tác? Liệu người đó cũng muốn bạn làm đối tác của họ hay không?

6. Synergy và Dynaco là hai doanh nghiệp duy nhất trong ngành công nghiệp công nghệ cao. Khi các quyết định của họ phụ thuộc vào ngân sách dành cho nghiên cứu, họ có một ma trận về các lợi ích như sau:



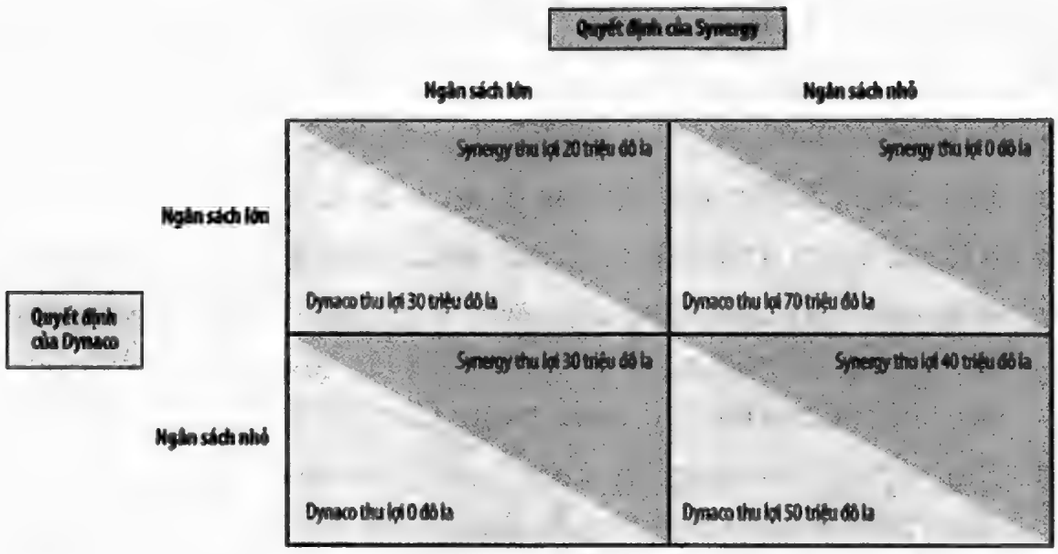
a. Synergy có chiến lược thống soái hay không? Giải thích.

b. Dynaco có chiến lược thống soái hay không? Giải thích.

c. Có cân bằng Nash trong trường hợp này hay không. Giải thích (Gợi ý: hãy xem kỹ định nghĩa về cân bằng Nash)

7. Hai vận động viên có khả năng như nhau cùng cạnh tranh một giải thưởng trị giá 10.000 đô la. Mỗi người đang phân vân liệu có nên sử dụng một loại thuốc kích thích nguy hiểm hay không. Nếu một trong số họ sử dụng thuốc, người sử dụng thuốc sẽ là người thắng cuộc. Nếu cả hai không sử dụng thuốc, họ sẽ hòa và chia đôi giải thưởng. Tác hại về sức khỏe do loại thuốc này gây ra tương đương với X đô la.

a. Hãy vẽ một ma trận kết quả 2x2 mô tả các quyết định của hai vận động viên này.



b. X bằng bao nhiêu để cân bằng Nash là cả hai dùng thuốc?

c. Liệu việc làm loại thuốc này trở nên an toàn hơn (có nghĩa là giảm X xuống) sẽ có lợi hơn hay có hại hơn đối với các vận động viên này? Giải thích.

8. Một tình huống nghiên cứu trong chương này mô tả một cuộc nói chuyện điện thoại giữa hai chủ tịch của công ty American Airlines và công ty Braniff Airways. Chúng ta hãy cùng phân tích trò chơi giữa hai công ty này. Giả sử mỗi bên có thể bán vé máy bay ở hai mức giá: cao và thấp. Nếu một trong số họ bán ở mức 100 đô la, họ sẽ thu được mức lợi nhuận thấp nếu công ty kia cũng bán ở mức 100 đô la hoặc mức lợi nhuận cao nếu công ty kia bán ở mức 200 đô la. Mặt khác, nếu một công ty bán ở mức 200 đô la thì họ chỉ thu được lợi nhuận rất thấp nếu công ty kia bán ở mức 100 đô la hoặc mức lợi nhuận trung bình nếu công ty kia cũng bán ở mức 200 đô la.

a. Hãy vẽ bảng quyết định cho trò chơi này.

b. Cân bằng Nash trong trò chơi này là gì? Giải thích.

c. Liệu có một kết cục có lợi cho cả hai hãng hàng không này hơn cân bằng Nash hay không? Làm thế nào để đạt được kết cục này? Ai sẽ bị thiệt khi đạt được kết cục này?

9. Chúng ta hãy quay lại phần thảo luận về hai nhà nhị quyền Jack và Jill trong chương này. Giả sử Jack và Jill đang ở điểm cân bằng Nash (80 gallon) thì một người thứ ba, John, phát hiện ra một nguồn nước sạch mới và gia nhập vào thị trường này với tư cách là nhà sản xuất thứ ba.

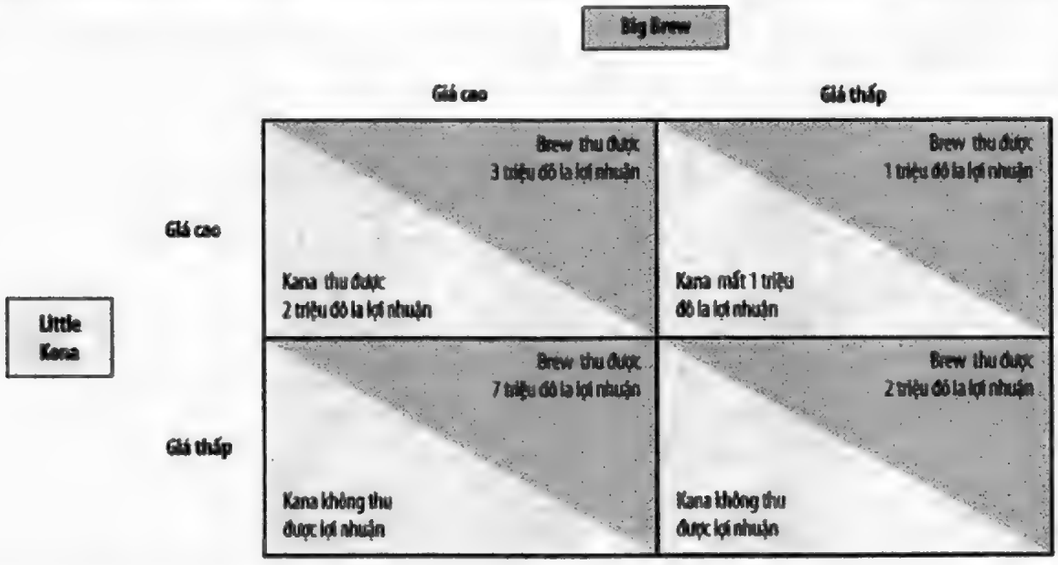
a. Jack và Jill cho rằng cả ba bọn họ nên tiếp tục sản xuất ở mức tổng sản lượng là 80 gallon, và chia nhỏ thị trường ra làm 3 phần. Nếu John đồng ý với ý kiến này, anh ta sẽ thu được bao nhiêu lợi nhuận?

b. Sau khi đồng ý với ý tưởng trên, John lại xem xét về việc tăng mức sản lượng của anh ta lên thêm 10 gallon. Nếu anh ta làm vậy, còn Jack và Jill vẫn tiếp tục thực hiện cam kết, John sẽ thu được bao nhiêu lợi nhuận? Điều này cho bạn biết gì về cam kết trên?

c. Cân bằng Nash là gì trong thị trường với ba nhà sản xuất này? Điểm này có gì khác với điểm cân bằng Nash trong thị trường với hai nhà sản xuất?

10. Little Kana là một công ty cà phê nhỏ và họ đang xem xét việc gia nhập vào một thị trường đang bị thống trị bởi công ty Big Brew. Lợi nhuận của mỗi công ty phụ thuộc vào việc Little Kana có gia nhập vào thị trường hay không và vào việc liệu Big Brew áp mức giá cao hay thấp:
   a. Có ai trong số hai người chơi này có chiến lược thống soái hay không?
   b. Câu trả lời trong phần (a) của bạn có giúp bạn xác định được người chơi còn lại nên làm gì hay không? Cân bằng Nash của trò chơi này là gì? Liệu chỉ có một điểm hay không?
   c. Big Brew đe dọa Little Kana rằng: "nếu các anh gia nhập vào thị trường, chúng tôi sẽ áp một mức giá thấp, vì vậy sẽ tốt hơn nếu các anh ở ngoài." Theo bạn Little Kana có nên tin lời đe dọa này hay không?
   d. Nếu hai doanh nghiệp có thể cấu kết và thỏa thuận với nhau về việc phân chia tổng lợi nhuận, họ sẽ chọn kết cục nào?

Để biết thêm thông tin về chủ đề của chương này, hãy ghé thăm website của chúng



tôi tại *www.cengage.com/international* để xem thêm bài tập, ứng dụng, ví dụ, các bài kiểm tra trực tuyến và các nội dung khác.

PHẦN VI

KINH TẾ HỌC VỀ THỊ TRƯỜNG LAO ĐỘNG

18

THỊ TRƯỜNG CÁC YẾU TỐ SẢN XUẤT

Khi bạn rời khỏi ghế nhà trường, thu nhập mà bạn kiếm được sẽ phụ thuộc phần lớn vào loại dịch vụ lao động mà bạn cung cấp. Nếu bạn là một lập trình viên máy tính, bạn sẽ kiếm được nhiều tiền hơn so với trường hợp bạn làm việc ở một trạm xăng dầu. Thực tế này không bất ngờ, nhưng cũng không phải tất cả mọi người đều hiểu tại sao nó lại như vậy. Không có luật nào quy định rằng các lập trình viên máy tính được trả lương cao hơn so với các công nhân làm việc ở các trạm xăng dầu. Không có chuẩn mực đạo đức nào nói rằng các lập trình viên nên được thưởng nhiều hơn. Vậy điều gì quyết định công việc nào sẽ trả lương cho bạn cao hơn?

Đương nhiên, thu nhập của bạn chỉ là một miếng ghép nhỏ trong toàn bộ bức tranh kinh tế rộng lớn. Năm 2010, tổng thu nhập của tất cả người dân Hoa Kỳ là khoảng 15 nghìn tỷ đô la. Người dân tạo ra thu nhập cho mình theo nhiều cách khác nhau. Công nhân kiếm được khoảng ba phần tư toàn bộ tổng thu nhập dưới dạng lương và các phúc lợi đi kèm. Phần còn lại thuộc về các chủ sở hữu đất và chủ sở hữu vốn – những người cung ứng trang thiết bị và hạ tầng cho nền kinh tế – dưới dạng tiền thuê, lợi nhuận, và tiền lãi. Yếu tố nào quyết định công nhân nhận được bao nhiêu trong tổng số thu nhập của nền kinh tế? Bao nhiêu cho chủ sở hữu đất? Bao nhiêu cho chủ sở hữu vốn? Tại sao một số công nhân có mức lương cao hơn người khác, một số chủ đất kiếm được thu nhập từ tiền thuê cao hơn nhóm khác, và một số chủ sở hữu vốn có được lợi nhuận lớn hơn so với một số chủ sở hữu vốn khác? Cụ thể, tại sao các lập trình viên máy tính kiếm nhiều tiền hơn các công nhân ở các trạm xăng dầu?

Đáp án cho các câu hỏi này, như thường thấy trong kinh tế học, đều dựa vào cung và cầu. Cung và cầu cho lao động, đất, và vốn quyết định các mức giá trả cho người lao động, chủ sở hữu đất, và chủ sở hữu vốn. Do vậy, để biết được tại sao một số người lao động nhận được mức lương cao hơn những người khác, chúng ta cần nghiên cứu sâu hơn thị trường dịch vụ mà họ cung cấp. Đó là công việc của chúng ta trong chương này và hai chương kế tiếp.

Chương này cung cấp các lý thuyết nền tảng cho phân tích các thị trường yếu tố sản xuất. Như bạn đã biết từ Chương 2, **các yếu tố sản xuất**[1] là các đầu vào được sử dụng để sản xuất hàng hóa và dịch vụ. Lao động, đất, và vốn là ba yếu tố sản xuất quan trọng nhất. Khi một công ty máy tính sản xuất một phần mềm mới, nó sử dụng thời gian của lập trình viên (lao động), không gian vật thể nơi các văn phòng của công ty tọa lạc (đất), và một tòa cao ốc văn phòng cùng với các trang thiết bị máy tính (vốn). Tương tự, khi một trạm xăng dầu bán xăng, nó sử dụng thời gian của công nhân (lao động), không gian vật thể (đất), và các bể chứa và các máy bơm xăng (vốn).

Theo nhiều cách thức, các thị trường yếu tố sản xuất vận hành tương đồng với các thị trường hàng hóa và dịch vụ mà chúng ta đã phân tích ở các chương trước, nhưng chúng lại khác biệt ở một điểm quan trọng: Cầu đối với một yếu tố sản xuất là cầu gián tiếp. Điều này có nghĩa là, cầu đối với một yếu tố sản xuất của một doanh nghiệp được dẫn dắt bởi quyết định cung ứng hàng hóa trên một thị trường khác của chính doanh nghiệp đó. Cầu đối với các lập trình viên máy tính có quan hệ chặt chẽ với cung phần mềm máy tính, và cầu đối với công nhân làm việc ở các trạm xăng dầu thì lại gắn chặt với cung xăng dầu.

Trong chương này, chúng ta sẽ phân tích cầu yếu tố sản xuất thông qua việc xem xét một doanh nghiệp cạnh tranh với mục tiêu tối đa hóa lợi nhuận sẽ ra quyết định mua bao nhiêu mỗi loại đầu vào. Chúng ta bắt đầu phân tích này bằng phần tìm hiểu về cầu lao động. Lao động là yếu tố sản xuất quan trọng hàng đầu, bởi vì người lao động nhận được phần lớn tổng thu nhập kiếm được trong toàn bộ nền kinh tế Hoa Kỳ. Trong phần sau của chương này, chúng ta sẽ thấy rằng phân tích của chúng ta cho thị trường lao động cũng có thể áp dụng cho thị trường các yếu tố sản xuất khác.

Lý thuyết nền tảng về thị trường các yếu tố sản xuất được phát triển trong chương này là một bước quan trọng nhằm giải thích cách thức phân bổ thu nhập của nền kinh tế Hoa Kỳ cho người lao động, chủ sở hữu đất, và chủ sở hữu vốn. Chương 19 được viết dựa trên phân tích này nhằm tìm hiểu sâu hơn lý do tại sao một số người lao động kiếm được nhiều tiền hơn một số người khác. Chương 20 xem xét mức độ của bất bình đẳng về thu nhập phát sinh do hoạt động của các thị trường yếu tố sản xuất, và sau đó tìm hiểu vai trò gì của chính phủ được xem là quan trọng và nên thực hiện để thay đổi phân phối thu nhập.

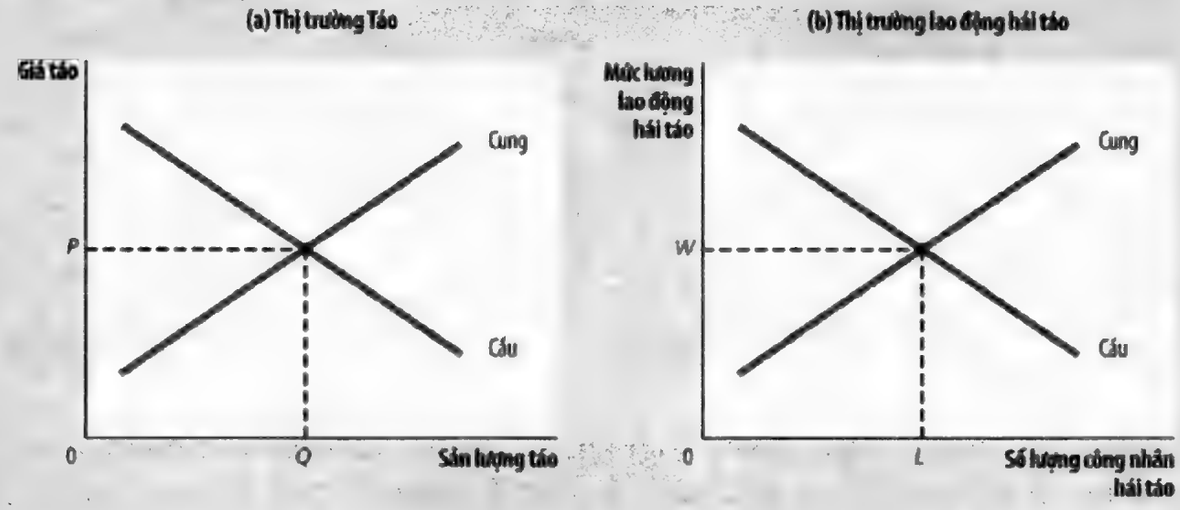
CẦU LAO ĐỘNG

Thị trường lao động, cũng giống như nhiều thị trường khác trong nền kinh tế, bị chi phối bởi các thế lực của cung và cầu. Cơ chế này được minh họa trong Hình 1. Trong Hình (a), cung và cầu đối với táo quyết định giá táo. Trong Hình (b), cung và cầu đối với lao động hái táo quyết định giá, hay mức lương của người hái táo.

1. **Các yếu tố sản xuất**: các đầu vào được sử dụng để sản xuất hàng hóa và dịch vụ.

Công cụ nền tảng về cung và cầu áp dụng cho hàng hóa và các dịch vụ lao động. Hình (a) minh họa cách thức cung và cầu về táo quyết định giá táo. Hình (b) minh họa cách thức cung và cầu đối với công nhân hái táo quyết định mức lương của công nhân hái táo.

Hình 1
Tính linh hoạt của cung cầu



Như chúng ta đã đề cập, thị trường lao động khác biệt so với hầu hết các thị trường khác bởi vì cầu lao động là cầu gián tiếp. Hầu hết các dịch vụ lao động không phải là những hàng hóa tiêu dùng cuối cùng, mà là đầu vào của quá trình sản xuất các hàng hóa khác. Để hiểu cầu lao động, chúng ta cần tập trung xem xét hành vi mà doanh nghiệp tuyển dụng lao động và sử dụng họ để sản xuất hàng hóa bán trên thị trường. Thông qua việc tìm hiểu mối quan hệ giữa cầu sản xuất hàng hóa và cầu lao động để sản xuất những hàng hóa này, chúng ta sẽ biết được tường tận quá trình xác định mức lương cân bằng.

Doanh nghiệp cạnh tranh tối đa hóa lợi nhuận

Hãy nhìn vào cách thức một doanh nghiệp thông thường, chẳng hạn một công ty cung cấp táo, quyết định lượng cầu lao động là bao nhiêu. Doanh nghiệp này sở hữu một vườn táo và mỗi tuần phải quyết định cần thuê bao nhiêu người hái táo để thu hoạch. Sau khi doanh nghiệp thực hiện quyết định tuyển dụng, công nhân hái được một số lượng táo với khả năng mà họ có thể. Doanh nghiệp sau đó bán số táo này, trả lương cho công nhân, và giữ phần còn lại như là lợi nhuận.

Chúng ta đưa ra hai giả định về doanh nghiệp đang phân tích. Thứ nhất, chúng ta giả định doanh nghiệp này là *cạnh tranh*, cả trên thị trường táo (nơi doanh nghiệp đóng vai trò là nhà cung cấp) và trên thị trường lao động hái táo (nơi doanh nghiệp là người mua). Một doanh nghiệp cạnh tranh là doanh nghiệp chấp nhận giá. Bởi vì có rất nhiều doanh nghiệp khác cũng bán táo và tuyển dụng công nhân hái táo, một doanh nghiệp đơn lẻ có rất ít ảnh hưởng đến giá bán táo và mức lương của công nhân hái táo. Doanh nghiệp này chấp nhận giá và mức lương được xác định bởi thị trường. Nó chỉ phải ra quyết định nên bán bao nhiêu táo và nên thuê bao nhiêu công nhân.

Thứ hai, chúng ta giả định doanh nghiệp có mục tiêu *tối đa hóa lợi nhuận*. Do vậy, doanh nghiệp sẽ không quan tâm trực tiếp đến số lượng công nhân nó có hay

Bảng 1
Doanh nghiệp cạnh tranh quyết định số lượng lao động để tuyển dụng như thế nào

Lao động L	Sản lượng Q	Sản lượng biên của Lao động $MPL = \Delta Q/\Delta L$	Giá trị Sản lượng biên của Lao động $VMPL = P \times MPL$	Mức lương W	Lợi nhuận biên $\Delta Profit = VMPL - W$
0 người lao động	0 thùng				
		100 thùng	$1.000	$500	$500
1	100				
		80	800	500	300
2	180				
		60	600	500	100
3	240				
		40	400	500	−100
4	280				
		20	200	500	−300
5	300				

sản lượng táo nó sản xuất. Doanh nghiệp chỉ quan tâm đến lợi nhuận, được tính bằng tổng số doanh thu từ việc bán táo trừ đi tổng chi phí cho việc sản xuất ra chúng. Cung táo của doanh nghiệp và cầu lao động của nó có nguồn gốc từ mục tiêu tối thượng là tối đa hóa lợi nhuận của doanh nghiệp.

Hàm sản xuất và sản lượng biên của lao động

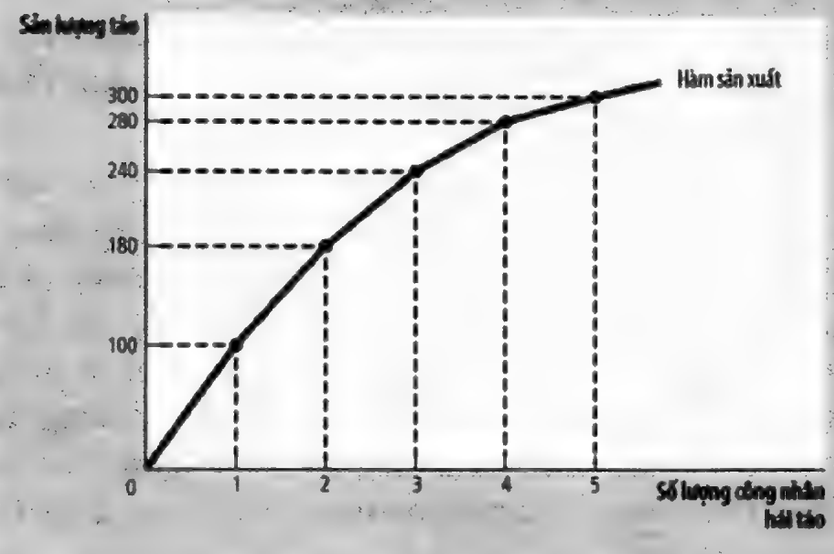
Để thực hiện quyết định tuyển dụng, doanh nghiệp phải xem xét tác động của quy mô lực lượng lao động mà nó sở hữu đến khối lượng sản phẩm được sản xuất. Nói cách khác, doanh nghiệp phải xem xét cách thức số lượng công nhân hái táo ảnh hưởng đến sản lượng táo thu hoạch được và bán ra trên thị trường đầu ra. Bảng 1 cung cấp một ví dụ bằng số. Cột đầu tiên là số lượng công nhân. Cột thứ hai là sản lượng táo mà công nhân thu hoạch được mỗi tuần.

Hai cột này đưa ra các con số mô tả khả năng sản xuất của doanh nghiệp. Nhắc lại là các nhà kinh tế học sử dụng thuật ngữ **hàm sản xuất**[1] để mô tả mối quan hệ giữa số lượng đầu vào sử dụng cho sản xuất và sản lượng đầu ra từ quá trình sản xuất. Ở đây, "đầu vào" là những công nhân hái táo, và "đầu ra" là số táo thu hoạch được. Những đầu vào khác – những cây táo đã có sẵn, đất, xe tải và máy kéo của doanh nghiệp, và các vật dụng khác – được giữ cố định trong phân tích hiện tại. Hàm sản xuất của doanh nghiệp này cho biết nếu doanh nghiệp thuê 1 công nhân, công nhân đó sẽ hái được 100 thùng táo mỗi tuần. Nếu doanh nghiệp thuê 2 công nhân, 2 công nhân này sẽ cùng nhau hái được 180 thùng táo mỗi tuần. Và cứ thế.

Hình 2 minh họa bằng đồ thị dữ liệu về lao động và đầu ra từ Bảng 1. Số lượng công nhân nằm ở trục hoành, và sản lượng đầu ra nằm ở trục tung. Hình này minh họa hàm sản xuất.

Một trong số *Mười Nguyên lý của Kinh tế học* như đã giới thiệu trong Chương 1 là con người duy lý suy nghĩ ở điểm cận biên. Ý tưởng này quan trọng để hiểu cách thức các doanh nghiệp quyết định số lượng lao động cần tuyển dụng. Để làm

1. **Hàm sản xuất**: mối quan hệ giữa số lượng đầu vào được sử dụng để sản xuất hàng hóa và sản lượng đầu ra của hàng hóa đó.



Hình 2
Hàm sản xuất

Hàm sản xuất thể hiện mối quan hệ giữa đầu vào sản xuất (công nhân hái táo) và sản lượng của quá trình sản xuất (táo). Khi số lượng đầu vào tăng, hàm sản xuất phẳng hơn, phản ánh đặc điểm sản lượng biên giảm dần.

sáng tỏ quyết định này của doanh nghiệp, cột thứ ba trong Bảng 1 cho biết **sản lượng biên của lao động**[1], là sản lượng đầu ra tăng thêm khi sử dụng thêm một đơn vị lao động. Chẳng hạn, khi doanh nghiệp tăng số lượng công nhân từ 1 lên 2, sản lượng táo thu hoạch được tăng từ 100 lên 180 thùng. Như vậy, sản lượng biên của lao động thứ hai là 80 thùng.

Lưu ý rằng khi số lượng công nhân tăng lên, sản lượng biên của lao động giảm. Điều này cho thấy quá trình sản xuất hàm ý **sản lượng biên giảm dần**[2]. Đầu tiên, khi chỉ có một số ít công nhân được tuyển dụng, họ có thể hái được các trái táo ở tầm thấp. Khi số lượng công nhân tăng lên, các công nhân tăng thêm sẽ phải trèo lên các bậc thang cao hơn để tìm táo hái. Vì vậy, khi có nhiều và nhiều hơn công nhân được tuyển dụng, mỗi công nhân tăng thêm sẽ đóng góp ít hơn vào hoạt động sản xuất. Vì lý do này, hình dạng của hàm sản xuất trong Hình 2 sẽ trở nên phẳng hơn khi số lượng công nhân tăng lên.

Giá trị sản lượng biên và cầu lao động

Doanh nghiệp tối đa hóa lợi nhuận mà chúng ta đang phân tích quan tâm đến số tiền kiếm được hơn là sản lượng táo thu hoạch được. Kết quả là khi quyết định thuê bao nhiêu công nhân thu hoạch táo, doanh nghiệp sẽ xem xét lợi nhuận tăng thêm mà mỗi công nhân có thể tạo ra. Bởi vì lợi nhuận bằng tổng doanh thu trừ đi tổng chi phí, lợi nhuận do một công nhân tuyển dụng thêm tạo ra cho doanh nghiệp là đóng góp của công nhân đó đến tổng doanh thu trừ đi mức lương mà doanh nghiệp phải trả cho người này.

Để tính toán được đóng góp về mặt doanh thu của công nhân này, chúng ta phải chuyển sản lượng biên của lao động (được đo lường bởi số thùng táo) thành giá trị sản lượng biên (được đo lường bằng đô la). Chúng ta sẽ làm được

1. **Sản lượng biên của lao động**: gia tăng trong sản lượng do tăng một đơn vị lao động
2. **Sản lượng biên giảm dần**: thuộc tính mà theo đó sản lượng biên của một yếu tố đầu vào giảm khi lượng đầu vào đó tăng lên.

như vậy khi sử dụng thông tin giá táo trên thị trường. Tiếp tục với ví dụ này, nếu một thùng táo có giá 10 đô la và nếu một công nhân được tuyển dụng thêm thu hoạch được 80 thùng táo, thì công nhân này tạo ra doanh thu tăng thêm 800 đô la.

Giá trị sản lượng biên[1] của một đầu vào được tính bằng cách lấy sản lượng biên của đầu vào đó nhân với giá thị trường của đầu ra. Cột thứ tư trong Bảng 1 thể hiện giá trị sản lượng biên của lao động trong ví dụ mà chúng ta đang phân tích, giả định giá táo là 10 đô la cho một thùng. Bởi vì giá thị trường là một hằng số đối với doanh nghiệp cạnh tranh trong khi sản lượng biên giảm khi có nhiều công nhân hơn, giá trị sản lượng biên giảm dần khi số lượng công nhân tăng lên. Các nhà kinh tế học thường gọi cột có các con số này là *giá trị sản lượng biên* của doanh nghiệp: Đó là phần doanh thu tăng thêm mà doanh nghiệp tạo ra được khi sử dụng thêm một đơn vị yếu tố sản xuất.

Bây giờ xem xét số lượng công nhân doanh nghiệp sẽ tuyển dụng. Giả sử mức lương thị trường cho công nhân hái táo là 500 đô la một tuần. Trong trường hợp này, như bạn có thể thấy trong Bảng 1, công nhân đầu tiên mà doanh nghiệp thuê có khả năng sinh lợi: Anh ta tạo ra 1.000 đô la doanh thu, hay 500 đô la lợi nhuận. Tương tự, công nhân thứ hai tạo ra 800 đô la giá trị doanh thu gia tăng, hay 300 đô la lợi nhuận tăng thêm. Công nhân thứ ba đem lại 600 đô la doanh thu gia tăng, hay 100 đô la lợi nhuận tăng thêm. Tuy nhiên, sau công nhân thứ ba, việc tuyển dụng thêm lao động không tạo ra khả năng sinh lợi cho doanh nghiệp. Công nhân thứ tư chỉ tạo ra 400 đô la giá trị doanh thu gia tăng. Bởi vì mức lương trả cho công nhân này là 500 đô la, việc tuyển dụng công nhân thứ tư sẽ làm lợi nhuận của doanh nghiệp giảm đi 100 đô la. Vì vậy, doanh nghiệp chỉ tuyển dụng 3 công nhân.

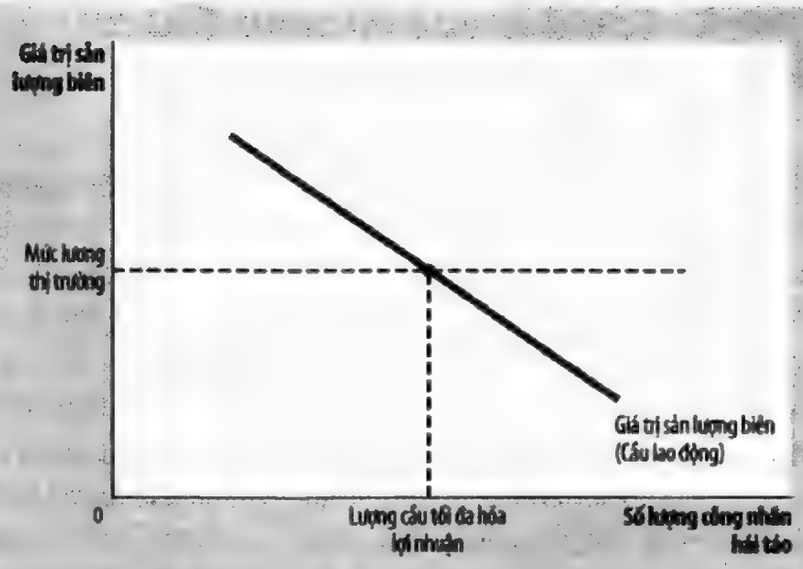
Để diễn giải cho dễ hiểu, chúng ta sẽ xem xét quyết định của doanh nghiệp bằng việc sử dụng đồ thị. Hình 3 thể hiện đồ thị của giá trị sản lượng biên. Đường này dốc xuống vì sản lượng biên của lao động giảm khi số lượng công nhân tăng. Hình này cũng minh họa mức lương thị trường bằng một đường thẳng nằm ngang. Để tối đa hóa lợi nhuận, doanh nghiệp sẽ tuyển dụng công nhân với số lượng nằm tại giao điểm của hai đường này trên đồ thị. Bên dưới điểm tuyển dụng này, giá trị sản lượng biên vượt quá mức lương, vì vậy tiếp tục tuyển dụng thêm một công nhân sẽ tạo thêm lợi nhuận cho doanh nghiệp. Vượt quá mức tuyển dụng này, giá trị sản lượng biên thấp hơn mức lương, do vậy thuê thêm công nhân sẽ không có lợi. Do đó, *một doanh nghiệp cạnh tranh, tối đa hóa lợi nhuận sẽ tuyển dụng lao động tại điểm giá trị sản lượng biên của lao động bằng với mức lương.*

Để giải thích chiến lược tuyển dụng tối đa hóa lợi nhuận của một doanh nghiệp cạnh tranh, bây giờ chúng ta có thể đưa ra lý thuyết cầu lao động. Nhắc lại rằng đường cầu lao động của một doanh nghiệp cho chúng ta biết số lượng lao động mà một doanh nghiệp mong muốn tuyển dụng và có khả năng chi trả tại mỗi mức lương cụ thể. Chúng ta vừa thấy rằng trên Hình 3 rằng doanh nghiệp thực hiện

1. **Giá trị sản lượng biên**: sản lượng biên của một đầu vào nhân với giá của đầu ra.

Hình 3
Giá trị sản lượng biên của lao động

Hình này cho biết giá trị sản lượng biên (sản lượng biên nhân với giá của đầu ra) phụ thuộc như thế nào vào số lượng lao động. Đường giá trị sản lượng biên dốc xuống bởi vì đặc điểm sản lượng biên giảm dần. Đối với một doanh nghiệp cạnh tranh tối đa hóa lợi nhuận, đường giá trị sản lượng biên cũng chính là đường cầu lao động của doanh nghiệp.



quyết định tuyển dụng số lượng lao động tại điểm mà giá trị sản lượng biên bằng mức lương. Kết quả là *đường giá trị sản lượng biên chính là đường cầu lao động cho một doanh nghiệp cạnh tranh và tối đa hóa lợi nhuận.*

Yếu tố nào làm cho Đường cầu lao động dịch chuyển?

Bây giờ chúng ta đã biết về đường cầu lao động: Nó phản ánh giá trị sản lượng biên của lao động. Với kiến thức này, chúng ta hãy xem xét các yếu tố có thể làm cho đường cầu lao động dịch chuyển.

Giá sản phẩm đầu ra Giá trị sản lượng biên bằng sản lượng biên nhân với giá bán sản phẩm đầu ra của doanh nghiệp. Vì vậy, khi giá sản phẩm đầu ra thay đổi, giá trị sản lượng biên cũng thay đổi theo, và đường cầu lao động dịch chuyển. Lấy ví dụ một sự gia tăng trong giá táo sẽ làm tăng giá trị sản lượng biên của mỗi công nhân hái táo, và do vậy sẽ làm tăng cầu lao động của các doanh nghiệp cung ứng táo trên thị trường. Ngược lại, giá táo giảm sẽ làm giảm giá trị sản lượng biên và giảm cầu lao động.

Thay đổi Công nghệ Trong giai đoạn từ năm 1960 đến 2009, sản lượng bình quân mà một công nhân ở Hoa Kỳ sản xuất ra trong một giờ đồng hồ tăng 183 phần trăm. Tại sao? Nguyên nhân quan trọng hàng đầu là do tiến bộ công nghệ: Các nhà khoa học và các kỹ sư liên tục tạo ra những phát minh mới và hiệu quả hơn để phục vụ cho sản xuất. Hoạt động này đem lại nhiều thay đổi quan trọng cho thị trường lao động. Tiến bộ công nghệ thường thúc đẩy sản lượng biên của lao động tăng lên, và đến lượt nó lại giúp làm tăng cầu lao động và dịch chuyển đường cầu lao động sang bên phải.

Tuy nhiên, cũng tồn tại khả năng thay đổi công nghệ làm giảm cầu lao động. Chẳng hạn, việc phát minh ra một thiết bị tự động công nghiệp với chi phí thấp rất có thể sẽ làm giảm sản lượng biên của lao động, sẽ làm dịch chuyển đường cầu lao động sang bên trái. Các nhà kinh tế học gọi hiện tượng này là thay đổi công nghệ theo hướng *tiết kiệm lao động*. Tuy nhiên, lịch sử đã cho thấy hầu hết tiến bộ công nghệ là theo hướng *thâm dụng lao động*. Tiến bộ công nghệ như thế đã

BẠN CÓ BIẾT

Cầu đầu vào và cung đầu ra: hai mặt của đồng xu

Trong Chương 14, chúng ta đã biết một doanh nghiệp cạnh tranh tối đa hóa lợi nhuận phải quyết định sản xuất bao nhiêu để bán trên thị trường đầu ra: Nó chọn sản lượng đầu ra ở mức mà tại đó giá của hàng hóa bằng với chi phí sản xuất biên. Chúng ta cũng vừa mới hiểu được cách thức một doanh nghiệp như vậy lựa chọn lượng lao động tuyển dụng: Nó chọn lượng lao động mà tại đó mức lương bằng với giá trị sản lượng biên. Bởi vì hàm sản xuất thể hiện mối quan hệ giữa số lượng các đầu vào với sản lượng đầu ra nên bạn cũng không cần phải ngạc nhiên khi biết rằng quyết định của một doanh nghiệp về cầu đầu vào có mối liên hệ chặt chẽ với quyết định về cung sản lượng đầu ra của chính doanh nghiệp đó. Trên thực tế, hai quyết định này là chính là hai mặt của cùng một đồng xu.

Để thấy được mối quan hệ này một cách đầy đủ, hãy tìm hiểu cách thức sản lượng biên của lao động (*MPL*) và chi phí biên (*MC*) liên quan với nhau như thế nào. Giả sử một công nhân được tuyển dụng thêm tiêu tốn của doanh nghiệp 500 đô la và có sản lượng biên là 50 thùng táo. Trong trường hợp này, sản xuất được 50 thùng táo tiêu tốn 500 đô la; chi phí biên của một thùng táo là 500 đô la/50, hay 10 đô la. Một cách tổng quát hơn, nếu W là mức lương, và một lao động tăng thêm tạo ra MPL đơn vị đầu ra, thì chi phí biên của một đơn vị sản phẩm đầu ra là $MC = W/MPL$.

Phân tích này chỉ ra rằng sản lượng biên giảm dần có mối quan hệ chặt chẽ với chi phí biên tăng dần. Khi một vườn táo có rất nhiều công nhân làm việc ở đó, mỗi công nhân tăng thêm đóng góp ít hơn sản lượng táo (*MPL* giảm). Tương tự, khi một doanh nghiệp sản xuất ở một mức sản lượng lớn, và đã tuyển dụng rất nhiều công nhân làm việc, thì sẽ rất tốn kém để sản xuất thêm một thùng táo (*MC* tăng).

Bây giờ xem xét tiêu chí tối đa hóa lợi nhuận. Chúng ta đã thống nhất từ trước rằng một doanh nghiệp tối đa hóa lợi nhuận chọn số lượng lao động thỏa điều kiện giá trị sản lượng biên ($P \times MPL$) bằng mức lương (W). Chúng ta có thể viết bằng ngôn ngữ toán học như sau:

$$P \times MPL = W.$$

Nếu chúng ta chia cả hai vế của phương trình cho MPL, chúng ta được:

$$P = W/MPL$$

Chúng ta vừa mới lưu ý rằng W/MPL bằng với chi phí biên, MC. Vì vậy, dùng phép thay thế ta được:

$$P = MC.$$

Phương trình này cho biết rằng giá của sản phẩm đầu ra của doanh nghiệp bằng với chi phí biên để sản xuất một đơn vị đầu ra. Vì vậy, khi một doanh nghiệp cạnh tranh tuyển dụng lao động đến mức mà tại đó giá trị sản lượng biên bằng với mức lương trả cho người lao động, nó cũng sẽ sản xuất đến một mức sản lượng mà tại đó giá bán đầu ra bằng với chi phí biên. Phân tích của chúng ta về cầu lao động trong chương này chỉ là một cách tiếp cận khác để nghiên cứu về việc ra quyết định sản xuất mà chúng ta đã phân tích trong Chương 14.

giải thích hiện tượng tăng việc làm liên tục mặc dù mức lương tăng: Mặc dù mức lương (đã được điều chỉnh theo lạm phát) tăng khoảng 150 phần trăm trong suốt nửa cuối thế kỷ 20, các doanh nghiệp vẫn tăng số lao động tuyển dụng khoảng 87 phần trăm.

Cung của các yếu tố khác Số lượng sẵn có của một yếu tố sản xuất có thể tác động đến sản lượng biên của các yếu tố khác. Ví dụ, một sự sụt giảm về cung của thang sẽ làm giảm sản lượng biên của công nhân hái táo và kết quả là cầu đối với lao động hái táo giảm. Chúng ta sẽ nghiên cứu mối quan hệ giữa các yếu tố sản xuất như vậy một cách đầy đủ ở phần sau của chương này.

KIỂM TRA NHANH: *Định nghĩa sản lượng biên của lao động và giá trị sản lượng biên của*

BẠN CÓ BIẾT ***Cuộc nổi loạn của những người bảo thủ***

Trải qua chiều dài của lịch sử, tiến bộ công nghệ đã trở thành bạn của người lao động. Nó đã giúp thúc đẩy năng suất, cầu lao động, và mức lương. Tuy nhiên người lao động đôi khi xem tiến bộ công nghệ là một sự đe dọa mức sống của chính họ.

Một ví dụ kinh điển đã xảy ra ở Anh Quốc vào đầu thế kỷ 19, trong bối cảnh mà những thợ đan sợi lành nghề cảm thấy công việc họ đang bị đe dọa bởi vì các phát minh và sự phổ biến của máy móc giúp sản xuất vải sợi sử dụng ít lao động lành nghề hơn với mức chi phí thấp hơn. Các nhân công bị thay thế đã tổ chức những cuộc đập phá chống lại công nghệ mới. Họ đã đập nát những chiếc máy dệt vải vốn được sử dụng trong các nhà máy nghiền lông cừu và bông sợi và trong một số trường hợp, họ đốt luôn nhà ở của các ông chủ nhà máy. Do những công nhân này được lãnh đạo bởi Tướng Ned Ludd (người có thể được xem là một biểu tượng mang tính huyền thoại hơn là một con người thực), tất cả những người lao động tham gia những cuộc nổi loạn này được gọi là những người *Luddite*.

Những người *Luddite* muốn Chính phủ Vương quốc Anh duy trì công ăn việc làm cho họ bằng cách hạn chế sử dụng công nghệ mới. Nhưng thay vào đó, Quốc hội lại quyết định phải xóa sổ ngay những người *Luddite*. Hàng ngàn lính được huy động để đàn áp những cuộc nổi loạn của những người *Luddite*, và thậm chí Quốc hội cũng đã phê chuẩn điều luật xem hành vi phá hoại máy móc là tội phạm hình sự. Sau một phiên tòa ở York vào năm 1813, mười bảy người đàn ông đã bị treo cổ vì phạm tội. Nhiều người khác đã bị kết tội và bị lưu đày ở Australia.

Ngày nay, thuật ngữ *Luddite* được dùng để ám chỉ bất kỳ ai có tư tưởng chống lại tiến bộ công nghệ.

lao động. • Mô tả cách thức mà một doanh nghiệp cạnh tranh tối đa hóa lợi nhuận quyết định số lượng lao động tuyển dụng.

CUNG LAO ĐỘNG

Chúng ta đã phân tích cầu lao động một cách chi tiết, bây giờ chúng ta chuyển sang một mặt khác của thị trường và nghiên cứu cung lao động. Một mô hình chính thức về cung lao động sẽ được xem xét trong Chương 21 khi chúng ta phát triển lý thuyết ra quyết định của hộ gia đình. Còn ở đây chúng ta thảo luận ngắn gọn những quyết định liên quan đến đường cung lao động.

Sự đánh đổi giữa công việc và nhàn rỗi

Một trong *Mười Nguyên lý của Kinh tế học* ở Chương 1 là con người đối diện với những sự đánh đổi. Có lẽ không có sự đánh đổi nào là rõ ràng hoặc quan trọng trong cuộc đời của một con người hơn sự đánh đổi giữa công việc và nhàn rỗi. Khi bạn dành nhiều thời gian hơn cho công việc, bạn sẽ có ít thời gian hơn để xem truyền hình, ăn tối với bạn bè, hoặc theo đuổi sở thích của bạn. Sự đánh đổi giữa lao động và nhàn rỗi là cơ sở của đường cung lao động.

Một nguyên lý khác trong *Mười Nguyên lý của Kinh tế học* là chi phí của một thứ nào đó là tất cả những gì mà bạn phải từ bỏ để có được nó. Thế những gì bạn phải từ bỏ để có thêm một giờ nhàn rỗi? Bạn từ bỏ một giờ làm việc, điều đó tương đương với một giờ lương. Vì vậy, nếu mức lương của bạn là 15 đô la

một giờ, chi phí cơ hội cho một giờ nhàn rỗi sẽ là 15 đô la. Và khi mức lương bạn kiếm được tăng lên 20 đô la một giờ, chi phí cơ hội để tận hưởng thời gian nhàn rỗi sẽ tăng lên.

Đường cung lao động phản ánh cách thức người lao động ra quyết định đánh đổi lao động – nhàn rỗi khi có một sự thay đổi trong chi phí cơ hội. Đường cung lao động dốc lên có nghĩa là khi mức lương gia tăng, người lao động sẽ tăng số giờ lao động mà họ cung cấp. Bởi vì thời gian là khan hiếm nên việc dành nhiều thời gian hơn cho công việc có nghĩa là người lao động có ít thời gian hơn cho các hoạt động nhàn rỗi. Điều này có nghĩa là người lao động phản ứng với việc tăng chi phí cơ hội của nhàn rỗi bằng cách sử dụng nó ít lại.

Một điều quan trọng mà chúng ta cần lưu ý là đường cung lao động không nhất thiết phải dốc lên. Hãy tưởng tượng rằng mức lương mà bạn kiếm được đã tăng từ 15 đô la lên 20 đô la một giờ. Chi phí cơ hội của nhàn rỗi bây giờ cũng lớn hơn, nhưng bạn cũng giàu có hơn so với trước đây. Bạn có thể sẽ quyết định rằng khi giàu có hơn bạn có khả năng chi tiêu nhiều hơn cho các hoạt động nhàn rỗi. Như vậy, với một mức lương cao hơn, bạn có thể chọn số giờ làm việc ít hơn. Nếu vậy, đường cung lao động của bạn bây giờ sẽ dốc ngược lại. Trong Chương 21, chúng ta sẽ thảo luận khả năng xảy ra của các tác động ngược chiều đến quyết định cung lao động của bạn (được gọi là các tác động thu nhập và tác động thay thế). Còn bây giờ, tạm thời chúng ta bỏ qua trường hợp đường cung lao động dốc ngược và giả định đường cung lao động dốc lên.

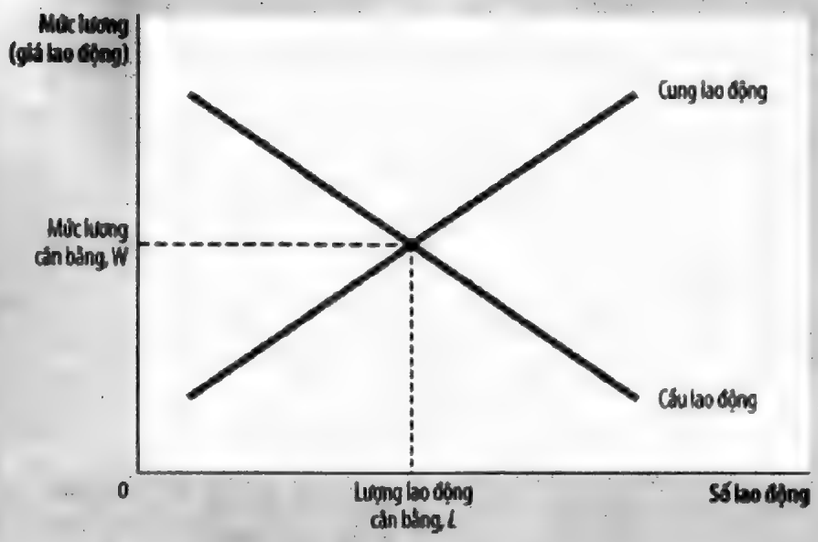
Yếu tố nào làm cho đường cung lao động dịch chuyển?

Đường cung lao động dịch chuyển bất kỳ khi nào người lao động thay đổi số giờ lao động mà họ muốn cung cấp tại một mức lương cụ thể. Bây giờ chúng ta cùng xem xét các yếu tố có thể tạo nên sự dịch chuyển như vậy.

Thay đổi thị hiếu Vào năm 1950, 34 phần trăm nữ giới có việc làm được trả lương hoặc đang tìm việc làm. Vào năm 2009, con số này tăng lên 59 phần trăm. Có nhiều cách giải thích cho sự gia tăng này, một trong số ấy là sự thay đổi thị hiếu, hoặc thái độ đối với công việc. Cách đây một hoặc hai thế hệ, việc phụ nữ ở nhà và chăm sóc con là một điều phổ biến. Ngày nay, quy mô gia đình thu hẹp, và có nhiều bà mẹ làm việc bên ngoài hơn. Kết quả là cung lao động tăng lên.

Thay đổi các cơ hội thay thế Cung lao động trong bất kỳ thị trường lao động nào cũng đều phụ thuộc vào các cơ hội sẵn có ở các thị trường lao động khác. Nếu mức lương cho công nhân hái lê bất ngờ tăng lên, một số công nhân hái táo có thể chuyển sang đó làm, và cung lao động trên thị trường cho công nhân hái táo giảm

Nhập cư Sự dịch chuyển lao động từ một vùng này sang một vùng khác, hay từ nước này sang nước khác, là một yếu tố quan trọng khác tạo nên sự dịch chuyển cung lao động. Chẳng hạn khi có người nhập cư vào Hoa Kỳ, cung lao động ở Hoa Kỳ tăng, và cung lao động ở các nước của những người nhập cư này giảm. Thực ra, hầu hết các tranh luận về chính sách nhập cư đều xoay quanh tác động của nó đến cung lao động và mức lương cân bằng trên thị trường lao động.



Hình 4
Cân bằng trên thị trường lao động

Giống như mọi loại giá cả, giá của lao động (mức lương) phụ thuộc vào cung và cầu. Do đường cầu phản ánh giá trị sản lượng biên của lao động nên tại điểm cân bằng người lao động nhận được giá trị của đóng góp biên của họ cho hoạt động sản xuất hàng hóa và dịch vụ của doanh nghiệp.

KIỂM TRA NHANH: *Ai có chi phí cơ hội cho các hoạt động nhàn rỗi lớn hơn trong hai người – quản gia hay bác sĩ phẫu thuật não? Giải thích. Liệu điều này có giúp giải thích được thực tế tại sao bác sĩ thường làm việc với thời gian dài như vậy hay không?*

CÂN BẰNG TRÊN THỊ TRƯỜNG LAO ĐỘNG

Cho đến giờ chúng ta đã thiết lập hai cách thức xác định mức lương trên thị trường lao động cạnh tranh:

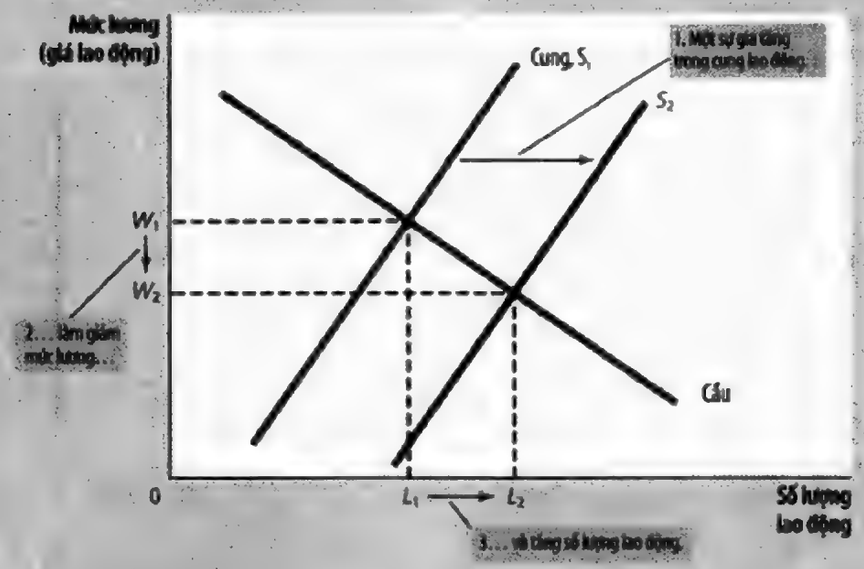
- Mức lương thay đổi để cân bằng giữa cung và cầu lao động.
- Mức lương bằng với giá trị sản lượng biên của lao động.

Đầu tiên, chúng ta sẽ thấy bất ngờ khi biết mức lương có thể đồng thời thực hiện được cả hai chức năng này. Trên thực tế, không hề có bất kỳ trở ngại nào ở đây cả, nhưng hiểu được tại sao đây không phải là trở ngại là một bước quan trọng để hiểu được quá trình xác định mức lương.

Hình 4 minh họa thị trường lao động tại điểm cân bằng. Mức lương và số lượng lao động thay đổi để cân bằng cung và cầu lao động. Khi thị trường ở trạng thái cân bằng, mỗi doanh nghiệp tuyển dụng số lượng lao động tại mức nó có lợi nhuận cao nhất tại mức lương cân bằng. Điều này có nghĩa là mỗi doanh nghiệp tuân theo nguyên tắc tối đa hóa lợi nhuận: Nó tuyển dụng lao động cho đến khi giá trị sản lượng biên bằng với mức lương. Vì vậy, mức lương nhất định bằng với giá trị sản lượng biên của lao động một khi doanh nghiệp điều chỉnh cung và cầu về vị trí cân bằng.

Những thông tin này giúp chúng ta rút ra một bài học quan trọng: *Bất kỳ yếu tố nào làm thay đổi cung và cầu lao động phải làm thay đổi mức lương cân bằng và giá trị sản lượng biên với một mức tương ứng bởi vì những sự thay đổi này luôn luôn bằng nhau.* Để thấy rõ hơn, hãy xem xét một số yếu tố làm dịch chuyển đường cung và đường cầu lao động.

Giả sử nhập cư làm tăng số người lao động sẵn sàng tham gia thu hoạch táo. Như Hình 5 minh họa, cung lao động dịch chuyển sang phải từ S_1 sang S_2. Ở



Hình 5
Dịch chuyển cung lao động

Khi cung lao động tăng từ S_1 sang S_2 có thể do có một dòng nhập cư lao động mới, mức lương cân bằng giảm từ W_1 xuống W_2. Tại mức lương thấp hơn này, doanh nghiệp lại tuyển dụng nhiều lao động hơn, do vậy số lao động tăng lên từ L_1 đến L_2. Sự thay đổi này trong mức lương phản ánh một sự thay đổi trong giá trị sản lượng biên của lao động: Khi có thêm nhiều lao động, sản lượng tăng thêm được tạo ra bởi một lao động tăng thêm sẽ giảm xuống.

mức lương ban đầu W_1, lượng cung lao động vượt quá lượng cầu. Sự thặng dư lao động này gây ra áp lực làm giảm mức lương công nhân hái táo, và mức lương giảm từ W_1 xuống W_2 làm cho doanh nghiệp có khả năng kiếm lời nếu tiếp tục tuyển dụng thêm lao động. Khi số công nhân được tuyển dụng trong mỗi trang trại trồng táo tăng, sản lượng biên của một công nhân giảm, và giảm cả giá trị sản lượng biên. Tại điểm cân bằng mới, cả mức lương và giá trị sản lượng biên của lao động đều thấp hơn so với thời điểm trước khi có những công nhân mới gia nhập.

Một ví dụ từ Israel minh họa khi một sự dịch chuyển của cung lao động có thể làm thay đổi cân bằng thị trường lao động như thế nào. Trong suốt thập niên 1980, hàng ngàn người Palestine di cư một cách đều đặn từ nơi họ ở đến Bờ Tây nơi Israel chiếm đóng và Dải Gaza ở Israel để tìm việc làm, chủ yếu trong ngành xây dựng và nông nghiệp. Tuy nhiên, vào năm 1988, tình trạng bất ổn về chính trị tại những nơi kể trên khiến cho chính phủ Irsael phải can thiệp, như một hệ quả phát sinh tất yếu cung lao động ở đó giảm xuống. Lệnh giới nghiêm được ban hành, giấy phép làm việc được kiểm tra thường xuyên hơn, và lệnh cấm cư trú qua đêm đối với người Palestine ở Israel đã được thực hiện nghiêm ngặt. Tác động kinh tế của những can thiệp này được nhận biết dễ dàng theo dự báo của lý thuyết: Số lượng người Palestine làm việc ở Israel giảm xuống một nửa, trong khi đó những người tiếp tục bám trụ làm việc tại Israel nhận được mức lương cao hơn trước khoảng 50 phần trăm. Với một sự sụt giảm về số lượng lao động Palestine ở Israel, giá trị sản lượng biên của những lao động còn lại cao hơn rất nhiều.

Dịch chuyển cầu lao động

Bây giờ giả sử ngày càng có nhiều người ưa thích táo hơn khiến cho giá táo tăng lên. Điều này không làm thay đổi sản lượng biên của người lao động nào trên thị trường, nhưng nó lại làm tăng *giá trị sản lượng biên*. Với giá táo cao hơn, việc tuyển dụng thêm công nhân hái táo giờ đây có khả năng sinh lời. Như Hình 6 minh họa, khi cầu lao động dịch chuyển sang phải từ D_1 sang D_2, mức lương cân

bằng tăng từ W_1 lên W_2, và số lao động cân bằng tăng từ L_1 lên L_2. Một lần nữa, mức lương và giá trị sản lượng biên của lao động cùng thay đổi.

Phân tích này cho thấy sự thịnh vượng của các doanh nghiệp trong một ngành thường có mối quan hệ với sự thịnh vượng của người lao động trong ngành đó. Khi giá táo tăng, nhà cung ứng táo có được lợi nhuận cao hơn, và công nhân hái táo kiếm được mức lương cao hơn. Khi giá táo giảm xuống, nhà cung ứng táo kiếm được ít lợi nhuận hơn, và công nhân hái táo kiếm được mức lương thấp hơn.

Bài học này phổ biến đối với người lao động trong các ngành có mức giá dao động cao. Ví dụ, công nhân trong ngành dầu khí biết rằng mức thu nhập của họ gắn chặt với giá dầu thô thế giới.

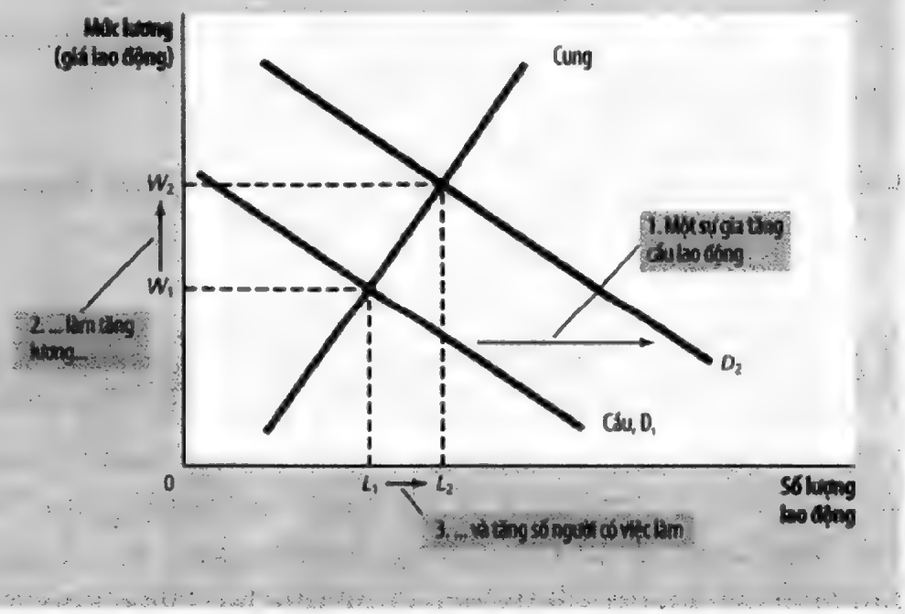
Từ những ví dụ này, bây giờ bạn đã có sự hiểu biết sâu sắc về cách mức lương được thiết lập trên thị trường lao động cạnh tranh. Cung lao động và cầu lao động kết hợp với nhau để quyết định mức lương cân bằng, và sự dịch chuyển của đường cung hay đường cầu lao động làm cho mức lương cân bằng thay đổi. Tại cùng thời điểm, sự tối đa hóa lợi nhuận của doanh nghiệp có cầu lao động đảm bảo rằng mức lương cân bằng luôn luôn bằng giá trị sản lượng biên của lao động.

NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG *Năng suất và mức lương*

Một trong *Mười Nguyên lý của Kinh tế học* ở Chương 1 là mức sống của chúng ta phụ thuộc vào khả năng sản xuất hàng hóa và dịch vụ. Bây giờ chúng ta đã thấy nguyên lý này vận hành như thế nào trên thị trường lao động. Cụ thể là phân tích của chúng ta về cầu lao động cho thấy mức lương bằng với năng suất được đo lường bởi giá trị sản lượng biên của lao động. Xem xét một cách đơn giản, những người lao động có năng suất cao được trả lương cao, và những người lao động có năng suất thấp hơn được trả lương thấp hơn.

Hình 6
Dịch chuyển cầu lao động

Khi cầu lao động tăng từ D_1 lên D_2 có thể do sự gia tăng trong giá của xuất lượng mà doanh nghiệp sản xuất, mức lương cân bằng tăng từ W_1 lên W_2, và số lượng lao động tăng từ L_1 lên L_2. Lại một lần nữa, sự thay đổi trong mức lương cho biết một sự thay đổi giá trị sản lượng biên của lao động: Khi giá sản phẩm cao hơn, sản lượng tăng thêm do một người lao động tăng thêm sản xuất ra sẽ có giá trị lớn hơn.



Bảng 2
Tăng trưởng năng suất và mức lương ở Hoa Kỳ

Giai đoạn thời gian	Tỷ lệ tăng trưởng Năng suất	Tỷ lệ tăng trưởng Mức lương
1959–2009	2,1%	1,9%
1959–1973	2,8	2,8
1973–1995	1,4	1,2
1995–2009	2,6	2,3

Nguồn: Báo cáo Kinh tế của Tổng thống năm 2010, Bảng B-49. Tăng trưởng Năng suất được đo lường theo tỷ lệ hàng năm của sự thay đổi sản lượng trên một giờ lao động trong khu vực sản xuất phi nông nghiệp. Tăng trưởng trong mức lương thực tế được đo lường bằng sự thay đổi hàng năm trong số tiền lương trên một giờ lao động trong khu vực sản xuất phi nông nghiệp chia cho chỉ số hiệu chỉnh giảm phát mức giá cho khu vực này. Dữ liệu năng suất đo lường năng suất trung bình – số lượng sản phẩm chia cho số lượng lao động – hơn là năng suất biên, nhưng năng suất trung bình và năng suất biên lại được cho là có mối quan hệ chặt với nhau.

Bài học này là chìa khóa để hiểu tại sao ngày nay người lao động có cuộc sống tốt hơn so với người lao động ở các thế hệ trước. Bảng 2 trình bày một số dữ liệu về tăng trưởng năng suất và mức lương thực tế (mức lương đã được hiệu chỉnh theo lạm phát). Từ năm 1959 đến 2009, năng suất được đo lường bởi số sản phẩm trên giờ làm việc đã tăng lên khoảng 2,1 phần trăm một năm. Mức lương thực tế tăng khoảng 1,9 phần trăm – gần như cùng tỷ lệ. Với tỷ lệ tăng trưởng 2 phần trăm một năm, năng suất và mức lương thực sẽ tăng gấp đôi trong khoảng thời gian 35 năm.

Năng suất tăng trưởng theo thời gian. Bảng 2 cũng cho thấy dữ liệu ba giai đoạn ngắn hơn mà các nhà kinh tế học xác định là có những sự thay đổi rất khác biệt về năng suất. Khoảng năm 1973, nền kinh tế Hoa Kỳ trải qua sự suy giảm đáng kể trong tăng trưởng năng suất và kéo dài cho đến năm 1995. Nguyên nhân của suy giảm tăng trưởng năng suất là không rõ, nhưng mối quan hệ giữa năng suất và mức lương thực thì đúng như lý thuyết dự báo. Suy giảm trong tăng trưởng năng suất từ 2,8 xuống 1,4 phần trăm mỗi năm lại song hành cùng với suy giảm của tăng trưởng mức lương thực tế từ 2,8 xuống 1,2 phần trăm một năm.

Tăng trưởng năng suất đã tăng lên trở lại vào khoảng năm 1995, và nhiều quan sát khác đưa ra tín hiệu cho sự xuất hiện của một "nền kinh tế mới". Hầu hết sự gia tăng năng suất thường gắn với sự phổ biến của máy tính và công nghệ thông tin. Như lý thuyết dự báo, tăng trưởng của mức lương thực tế cũng đã tăng lên. Từ năm 1995 đến 2009, năng suất tăng khoảng 2,6 phần trăm trên năm, và mức lương thực tế tăng khoảng 2,3 phần trăm mỗi năm.

Tóm lại: *Cả lý thuyết và lịch sử đều khẳng định mối quan hệ chặt chẽ giữa năng suất và mức lương thực tế.* ■

KIỂM TRA NHANH: *Nhập cư ảnh hưởng như thế nào đến cung lao động, cầu lao động, sản lượng biên của lao động, và mức lương cân bằng?*

CÁC YẾU TỐ SẢN XUẤT KHÁC: ĐẤT VÀ VỐN

Chúng ta đã biết cách thức các doanh nghiệp quyết định thuê bao nhiêu lao động và các quyết định như vậy hình thành mức lương như thế nào. Vào thời điểm mà các doanh nghiệp thuê lao động, họ cũng xem xét các đầu vào khác cho quá trình sản xuất. Ví dụ, doanh nghiệp cung ứng táo của chúng ta có thể phải lựa chọn quy

BẠN CÓ BIẾT ***Độc quyền mua***

Trong các phần trước, chúng ta đã xây dựng phương pháp phân tích cho thị trường lao động dựa trên công cụ cung và cầu. Để làm được như vậy, chúng ta đã giả định rằng thị trường lao động có tính cạnh tranh. Tức là chúng ta giả định có nhiều người mua và người bán dịch vụ lao động, do đó mỗi người mua hay người bán có ảnh hưởng rất nhỏ đến mức lương.

Hãy tưởng tưởng về một thị trường lao động tại một thị trấn nhỏ bị thống trị bởi một doanh nghiệp quy mô lớn. Chủ doanh nghiệp này có thể sử dụng vị thế của mình để ảnh hưởng đến mức lương, và nó có thể sử dụng hiệu quả sức mạnh thị trường để thay đổi kết cục thị trường. Một thị trường chỉ tồn tại một người mua duy nhất như vậy được gọi là *độc quyền mua*.

Một doanh nghiệp độc quyền mua (một thị trường với một người mua) theo nhiều điểm tương đồng với một doanh nghiệp độc quyền bán (một thị trường với một người bán). Xem lại ở Chương 15, chúng ta biết một doanh nghiệp độc quyền bán sản xuất ít hơn số lượng hàng hóa mà một doanh nghiệp cạnh tranh thường lựa chọn; bằng việc giảm số lượng sản phẩm bán ra thị trường, doanh nghiệp độc quyền trượt dọc đường cầu sản phẩm, tăng mức giá sản phẩm và cũng làm tăng lợi nhuận của doanh nghiệp. Tương tự, một doanh nghiệp độc quyền mua trên thị trường lao động tuyển dụng số lượng công nhân ít hơn một doanh nghiệp cạnh tranh; bằng việc giảm số lượng công việc tuyển dụng xuống, doanh nghiệp độc quyền mua trượt dọc theo đường cung lao động, giảm mức lương mà nó chi trả và tăng lợi nhuận. Do vậy, cả các nhà độc quyền bán và độc quyền mua đều thu hẹp các hoạt động kinh tế trên một thị trường dưới mức tối ưu xã hội. Trong cả hai trường hợp, sự tồn tại của sức mạnh thị trường làm biến dạng kết cục thị trường và gây nên tổn thất vô ích.

Giáo trình này không trình bày mô hình chính thức về độc quyền mua bởi vì độc quyền mua hiếm thấy trên thế giới. Trên hầu hết các thị trường lao động, người lao động có nhiều người thuê mướn, và mỗi doanh nghiệp cạnh tranh với các doanh nghiệp khác để thu hút lao động. Trong trường hợp này, tốt nhất là dùng mô hình cung cầu.

mô vườn táo và số thang cho công nhân hái táo. Chúng ta có thể nghĩ đến các yếu tố sản xuất của doanh nghiệp này theo ba nhóm: lao động, đất, và vốn.

Ý nghĩa của thuật ngữ *lao động* và *đất* đã rõ ràng, nhưng định nghĩa về *vốn* lại có chút vấn đề. Các nhà kinh tế học sử dụng thuật ngữ **vốn**[1] để chỉ lượng trang thiết bị và các nhà xưởng được sử dụng cho quá trình sản xuất. Tức là vốn của nền kinh tế cho biết khả năng tích lũy hàng hóa đã sản xuất trong quá khứ để sử dụng ở hiện tại nhằm tạo ra những hàng hóa và dịch vụ mới. Đối với doanh nghiệp cung ứng táo của chúng ta, lượng vốn bao gồm những chiếc thang được dùng để leo lên cây táo, những chiếc xe tải được dùng để vận chuyển táo, các tòa nhà để cất trữ táo, và thậm chí là chính những cây táo.

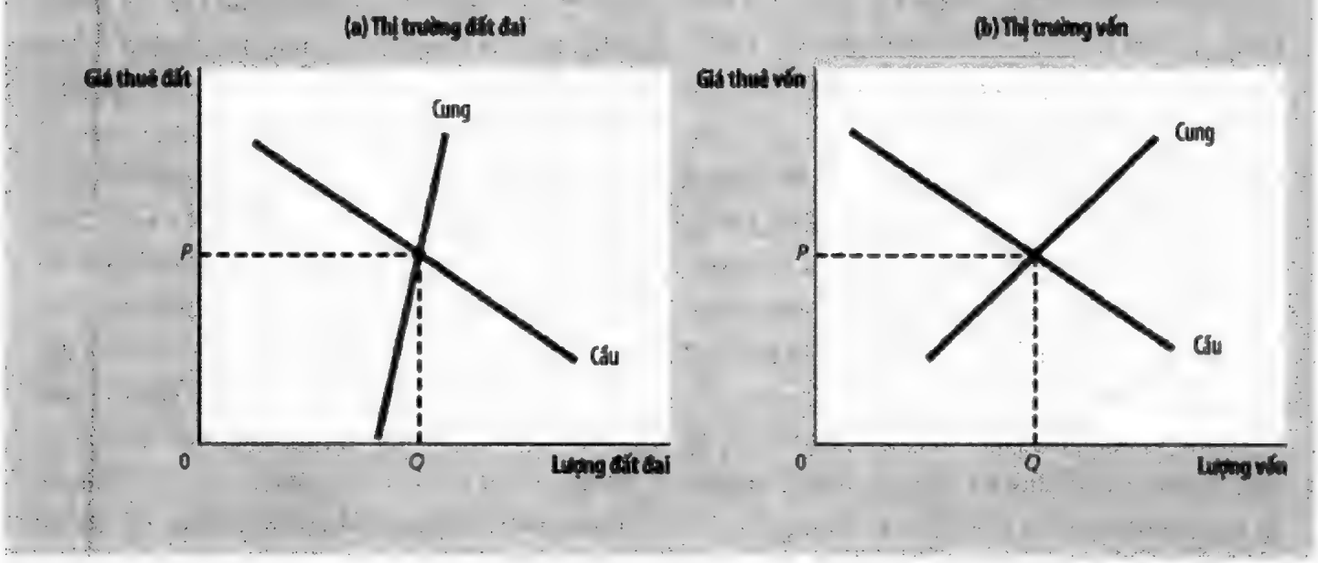
Cân bằng trên các thị trường đất và vốn

Cái gì quyết định người chủ sở hữu đất và vốn kiếm được bao nhiêu tiền bởi đóng góp của họ cho quá trình sản xuất? Trước khi trả lời câu hỏi này, chúng ta cần phân biệt rõ hai loại giá: giá mua và giá thuê. *Giá mua* đất hay chính là mức giá mà một người trả để sở hữu yếu tố sản xuất đó mãi mãi. Giá thuê là mức giá mà

1. **Vốn**: thiết bị và nhà xưởng dùng để sản xuất hàng hóa và dịch vụ.

Hình 7
Thị trường đất và vốn

Cung và cầu quyết định số tiền bù đắp cho chủ sở hữu đất như ở đồ thị (a), và số tiền trả cho chủ sở hữu vốn như ở đồ thị (b). Cầu đối với mỗi loại yếu tố lại phụ thuộc vào giá trị sản lượng biên của yếu tố đó.



một người trả để sử dụng yếu tố đó trong một thời gian nhất định. Cần ghi nhớ sự khác biệt này bởi vì như chúng ta sẽ thấy, những loại giá này được quyết định bởi các yếu tố kinh tế khác nhau trong một chừng mực nào đó.

Với những thuật ngữ đã được định nghĩa như vậy, bây giờ chúng ta áp dụng lý thuyết cầu yếu tố sản xuất mà chúng ta đã phát triển trên thị trường lao động cho các thị trường đất và vốn. Bởi vì mức lương là giá thuê lao động, phần lớn những gì mà chúng ta đã học về sự hình thành mức lương cũng có thể áp dụng cho giá thuê của đất và vốn. Như Hình 7 minh họa, giá thuê đất, được trình bày ở đồ thị (a), và giá thuê vốn, được trình bày trong đồ thị (b), được quyết định bởi cung và cầu. Hơn thế nữa, cầu của đất và vốn được quyết định cũng giống như cầu lao động. Điều này có nghĩa là khi doanh nghiệp cung ứng táo quyết định thuê bao nhiêu đất và bao nhiêu cái thang, nó cũng tuân thủ những logic tương tự như khi quyết định thuê bao nhiêu công nhân. Đối với cả đất và vốn, doanh nghiệp tăng số lượng thuê mướn cho đến khi giá trị sản lượng biên của một yếu tố bằng với giá của yếu tố đó. Do vậy, đường cầu cho mỗi yếu tố sản xuất phản ánh năng suất biên của yếu tố đó.

Bây giờ chúng ta có thể giải thích bao nhiêu thu nhập được chia cho người lao động, bao nhiêu thu nhập cho chủ sở hữu đất, và bao nhiêu thu nhập cho chủ sở hữu vốn. Chỉ cần các doanh nghiệp sử dụng các yếu tố sản xuất có tính cạnh tranh và tối đa hóa lợi nhuận, mức giá thuê của mỗi yếu tố phải bằng với giá trị sản lượng biên của chính yếu tố sản xuất đó. *Mỗi yếu tố lao động, đất, và vốn tạo ra giá trị đóng góp biên cho quá trình sản xuất.*

Bây giờ hãy xem xét giá mua đất và vốn. Giá thuê và giá mua có liên quan: Người mua sẵn lòng trả nhiều hơn cho một miếng đất hay vốn nếu nó tạo ra một dòng thu nhập từ việc cho thuê. Và như chúng ta vừa mới biết, thu nhập từ cho thuê cân bằng tại bất kỳ thời điểm nào sẽ bằng với giá trị sản lượng biên của yếu tố đó. Vì vậy, giá mua cân bằng của một mảnh đất hay vốn phụ thuộc vào giá trị sản lượng biên hiện tại và giá trị sản lượng biên kỳ vọng trong tương lai.

BẠN CÓ BIẾT ***Thu nhập vốn là gì?***

Thu nhập lao động là một khái niệm dễ hiểu: Đó số tiền lương mà người lao động nhận được từ chủ doanh nghiệp của họ. Tuy nhiên thu nhập kiếm được từ vốn lại ít rõ ràng hơn.

Trong phân tích của mình, chúng ta đang ngầm giả định các hộ gia đình sở hữu trữ lượng vốn của nền kinh tế - đó là những chiếc thang, những chiếc máy khoan, nhà kho, và các công cụ khác – và đem cho các doanh nghiệp thuê. Thu nhập vốn, trong trường hợp này, là tiền cho thuê mà các hộ gia đình nhận được từ các doanh nghiệp cho việc sử dụng vốn của họ. Giả định này làm đơn giản hóa phân tích của chúng ta về việc các chủ sở hữu vốn được chi trả như thế nào, nhưng nó hoàn toàn không thực tế một chút nào. Trên thực tế, các doanh nghiệp thường sở hữu vốn mà họ sử dụng, và do vậy, họ nhận được thu nhập từ vốn này.

Tuy nhiên những khoản thu nhập từ vốn này cuối cùng được trả đến các hộ gia đình. Một phần trong số thu nhập này được trả dưới hình thức tiền lãi dành cho các hộ gia đình cho doanh nghiệp vay tiền. Chủ sở hữu trái phiếu và người gửi tiền ở ngân hàng là hai ví dụ về người nhận tiền lãi. Vì vậy, khi bạn nhận được tiền lãi theo tài khoản ngân hàng, thu nhập đó là một phần trong thu nhập vốn của nền kinh tế.

Ngoài ra, một số thu nhập từ vốn được trả cho các hộ gia đình theo hình thức cổ tức. Cổ tức là các khoản chi trả mà một doanh nghiệp trả cho chủ sở hữu cổ phần của doanh nghiệp.

Cổ đông là người mua một phần quyền sở hữu doanh nghiệp và do đó, họ được chia lợi nhuận của doanh nghiệp theo một tỷ lệ tương ứng.

Một doanh nghiệp không phải trả tất cả thu nhập của nó cho hộ gia đình dưới hình thức tiền lãi và cổ tức. Thay vào đó, doanh nghiệp có thể giữ lại một phần thu nhập trong nội bộ doanh nghiệp và sử dụng phần thu nhập để mua thêm vốn. Mặc dù phần thu nhập giữ lại này không được chia cho các cổ đông của doanh nghiệp, các cổ đông vẫn được lợi. Bởi vì thu nhập được giữ lại làm tăng tổng lượng vốn mà doanh nghiệp sở hữu, chúng lại có xu hướng làm tăng thu nhập trong tương lai và do vậy, làm tăng giá trị cổ phiếu của doanh nghiệp.

Những chi tiết này thú vị và quan trọng, nhưng chúng lại không làm thay đổi kết luận của chúng ta về thu nhập kiếm được bởi chủ sở hữu vốn. Vốn được trả theo giá trị sản lượng biên của nó, bất kể thu nhập này có được trả cho các hộ gia đình dưới dạng tiền lãi hay cổ tức hay không hoặc khả năng nó có được giữ lại trong nội bộ doanh nghiệp như phần thu nhập giữ lại hay không.

Mối liên hệ giữa các yếu tố sản xuất

Chúng ta đã biết rằng giá trả cho bất kỳ yếu tố sản xuất nào – lao động, đất, và vốn – bằng với giá trị sản lượng biên của yếu tố đó.

Sản lượng biên của các yếu tố đến lượt nó lại phụ thuộc vào số lượng sẵn có của chúng. Do sản lượng biên giảm dần, một yếu tố sản xuất có cung lớn sẽ có sản lượng biên thấp và do đó mức giá thấp, và một yếu tố sản xuất có cung khan hiếm sẽ có sản lượng biên cao và mức giá cao. Hệ quả là khi cung của một yếu tố sản xuất giảm, mức giá cân bằng của yếu tố đó tăng lên.

Tuy nhiên, khi cung của bất kỳ yếu tố sản xuất nào thay đổi, tác động của nó lại không chỉ giới hạn ở thị trường của yếu tố đó. Trong hầu hết các tình huống, các yếu tố sản xuất được sử dụng kết hợp với nhau theo một cách thức mà năng suất của mỗi yếu tố phụ thuộc vào số lượng các yếu tố khác đang được sử dụng trong quá trình sản xuất. Kết quả là một sự thay đổi của cung bất kỳ yếu tố nào sẽ làm thay đổi thu nhập của tất cả các yếu tố sản xuất.

Ví dụ, giả sử một cơn bão làm hỏng nhiều thang mà công nhân sẽ dùng để hái táo trong vườn. Điều gì sẽ xảy ra với thu nhập của các yếu tố sản xuất khác nhau? Hầu như rõ ràng là cung của thang giảm, và do đó, giá thuê cân bằng của thang tăng lên. Những người chủ sở hữu thang đó cảm thấy đủ may mắn vì vẫn giữ được những chiếc thang của họ tránh khỏi bị hư hỏng và giờ lại kiếm được thu nhập cao hơn khi họ đem thang của mình cho các doanh nghiệp cung cấp táo thuê.

Tuy nhiên những tác động của biến cố này không chỉ dừng lại ở thị trường thang. Bởi vì có số lượng thang để làm việc ít hơn, công nhân hái táo có sản lượng biên nhỏ hơn. Vì vậy, giảm cung của thang làm giảm cầu đối với lao động hái táo, và điều này làm cho mức lương cân bằng giảm.

Câu chuyện này cho thấy một bài học phổ biến: Một sự kiện làm thay đổi cung của bất kỳ yếu tố sản xuất nào đều có thể làm thay đổi thu nhập của mọi yếu tố. Sự thay đổi trong thu nhập của bất kỳ yếu tố nào có thể được xác định thông qua việc phân tích tác động của sự kiện đó đến giá trị sản lượng biên của yếu tố đó.

NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG — *Kinh tế học về cái chết đen*

Vào thế kỷ 14 ở châu Âu, bệnh dịch hạch giết chết khoảng một phần ba dân số trong vòng vài năm. Sự kiện này, được gọi là Cái chết Đen, là một thí nghiệm tự nhiên đáng sợ để kiểm định lý thuyết thị trường các yếu tố mà chúng ta vừa mới phát triển.

Hãy xem xét tác động của Cái chết Đen đến những người may mắn sống sót. Bạn nghĩ điều gì sẽ xảy ra với mức lương mà công nhân kiếm được và tiền thuê mà chủ đất kiếm được?

Để trả lời câu hỏi này, hãy tìm hiểu tác động của sự giảm sút dân số đến sản lượng biên của lao động và sản lượng biên của đất. Do cung lao động thu hẹp, sản lượng biên của lao động tăng. (Đây là trường hợp quy luật sản lượng biên giảm dần phát huy tác dụng, làm cho sản lượng biên tăng lên khi lượng lao động giảm.) Do đó, chúng ta sẽ kỳ vọng rằng Cái chết Đen làm tăng mức lương.

Bởi vì đất và lao động được sử dụng kết hợp trong sản xuất, cung lao động thu hẹp cũng tác động đến thị trường đất, vốn là một yếu tố sản xuất quan trọng khác ở châu Âu thời trung cổ. Vì có ít công nhân hơn để canh tác, một đơn vị đất được sử dụng thêm sẽ tạo ra ít đơn vị sản phẩm hơn. Hay nói cách khác, sản lượng biên của đất giảm. Do vậy, chúng ta sẽ kỳ vọng rằng Cái chết Đen làm giảm tiền thuê đất.

Trên thực tế, cả hai dự báo đều nhất quán với các bằng chứng lịch sử. Mức lương tăng gần gấp đôi trong suốt giai đoạn này, tiền thuê đất giảm 50 phần trăm hoặc hơn nữa. Cái chết Đen dẫn đến thịnh vượng kinh tế cho tầng lớp nông dân và làm giảm thu nhập của tầng lớp địa chủ. ■

KIỂM TRA NHANH: *Yếu tố nào quyết định thu nhập của chủ sở hữu đất và vốn? • Một sự gia tăng trong lượng vốn ảnh hưởng như thế nào đến thu nhập của những người sở hữu vốn? Nó sẽ tác động ra sao đến thu nhập của người lao động?*

KẾT LUẬN

Chương này giải thích cách thức lao động, đất, và vốn được "trả công" cho vai trò của chúng trong quá trình sản xuất. Lý thuyết được phát triển ở đây được gọi là *lý thuyết tân cổ điển về phân phối*. Theo lý thuyết tân cổ điển, tổng số tiền phải trả cho mỗi yếu tố sản xuất phụ thuộc vào cung và cầu cho yếu tố đó. Tiếp đó, cầu lại phụ thuộc vào năng suất biên của một yếu tố sản xuất cụ thể. Tại điểm cân bằng, mỗi yếu tố sản xuất tạo ra giá trị đóng góp biên trong sản xuất hàng hóa và dịch vụ.

Lý thuyết tân cổ điển về phân phối được chấp nhận rộng rãi. Hầu hết các nhà kinh tế học đều bắt đầu với lý thuyết tân cổ điển khi cố gắng giải thích 15 ngàn tỷ đô la thu nhập trong nền kinh tế Hoa Kỳ được phân phối ra sao cho các thành viên khác nhau trong nền kinh tế. Trong hai chương tiếp theo, chúng ta sẽ xem xét phân phối thu nhập một cách cụ thể hơn. Và bạn sẽ thấy, lý thuyết tân cổ điển đưa ra khung phân tích cho thảo luận này.

Thậm chí với cách tiếp cận này, bạn có thể sử dụng lý thuyết để trả lời câu hỏi ở đầu chương này: Tại sao các lập trình viên máy tính lại được trả lương cao hơn công nhân làm việc ở các trạm xăng dầu? Đó là do các lập trình viên có thể sản xuất hàng hóa có giá trị thị trường lớn hơn hàng hóa mà các công nhân xăng dầu có thể sản xuất. Con người ta sẵn lòng trả cao để có một trò chơi vi tính lôi cuốn, nhưng họ sẵn lòng trả thấp để được giúp bơm xăng và rửa kính xe. Mức lương của người công nhân phản ánh giá trị trường của hàng hóa mà họ sản xuất. Nếu con người ta bất ngờ cảm thấy chán với việc sử dụng máy tính và quyết định dành nhiều thời gian hơn để lái xe, giá của những hàng hóa này sẽ thay đổi, và do vậy mức lương cân bằng của hai nhóm lao động này cũng sẽ thay đổi theo.

TÓM TẮT

- Thu nhập của nền kinh tế được phân phối trên thị trường các yếu tố sản xuất. Ba yếu tố sản xuất quan trọng nhất là lao động, đất, và vốn.
- Cầu của các yếu tố như lao động là cầu xuất phát từ các doanh nghiệp có nhu cầu sử dụng các yếu tố để sản xuất hàng hóa và dịch vụ. Các doanh nghiệp tối đa hóa lợi nhuận trên thị trường cạnh tranh mua các yếu tố tại điểm giá trị sản lượng biên bằng với mức giá của yếu tố đó trên thị trường.
- Cung lao động bắt nguồn từ sự đánh đổi giữa công việc và sự nhàn rỗi của các cá nhân. Một đường cung lao động dốc lên có nghĩa là con người phản ứng với một sự gia tăng trong mức lương bằng cách làm nhiều giờ hơn và tận hưởng thời gian nhàn rỗi ít lại.
- Giá được trả cho mỗi yếu tố sẽ được điều chỉnh để cân bằng cung và cầu cho yếu tố đó. Bởi vì cầu một yếu sản xuất phản ánh giá trị sản lượng biên của nó, tại điểm cân bằng, mỗi yếu tố sản xuất được chi trả theo đóng góp biên của nó cho sản xuất hàng hóa và dịch vụ.

- Bởi vì các yếu tố sản xuất được sử dụng kết hợp với nhau nên sản lượng biên của bất kỳ yếu tố nào đều phụ thuộc vào số lượng của tất cả các yếu tố sản xuất đang được dùng. Kết quả là một sự thay đổi cung của một yếu tố sẽ làm thay đổi thu nhập tại điểm cân bằng của tất cả các yếu tố.

KHÁI NIỆM THEN CHỐT

Các yếu tố sản xuất	factors of production
Hàm sản xuất	production function
Sản lượng biên của lao động	marginal product of labor
Sản lượng biên giảm dần	diminishing marginal product
Giá trị sản lượng biên	value of marginal product
Vốn	capital

CÂU HỎI ÔN TẬP

1. Đưa ra hai ví dụ về những sự kiện có thể làm dịch chuyển cầu lao động, và giải thích tại sao?
2. Giải thích hàm sản xuất của một doanh nghiệp liên quan như thế nào đến sản lượng biên của lao động, sản lượng biên của lao động của một doanh nghiệp liên quan như thế nào đến giá trị sản lượng biên, và giá trị sản lượng biên của doanh nghiệp liên quan như thế nào đến cầu lao động?
3. Giải thích cách thức mức lương có thể điều chỉnh để cân bằng cung và cầu lao động trong khi đồng thời cân bằng giá trị của sản lượng biên của lao động.
4. Nếu dân số Hoa Kỳ bất ngờ tăng do có dòng người nhập cư lớn, điều gì sẽ xảy ra với mức lương? Điều gì sẽ xảy ra với tiền cho thuê mà chủ sở hữu đất và vốn nhận được?
5. Hãy đưa hai ví dụ về những sự kiện có thể làm dịch chuyển cung lao động, và giải thích tại sao lại như vậy.

BÀI TẬP VÀ ỨNG DỤNG

1. Chỉ ra tác động của mỗi sự kiện dưới đây lên thị trường lao động ngành công nghiệp sản xuất máy tính.
   a. Quốc hội quyết định trang bị máy tính cá nhân cho tất cả sinh viên đại học ở Hoa Kỳ.
   b. Ngày càng có nhiều sinh viên đại học theo học ngành kiến trúc và khoa học máy tính.

c. Các doanh nghiệp máy tính xây dựng những nhà máy sản xuất mới.

2. Giả sử Tổng thống đề xuất một đạo luật mới nhằm mục tiêu làm giảm chi phí chăm sóc sức khỏe: Tất cả người dân Hoa Kỳ được yêu cầu ăn một trái táo mỗi ngày.
   a. Đạo luật một-trái-táo-một-ngày này ảnh hưởng như thế nào đến cầu và mức giá cân bằng của táo?
   b. Đạo luật này ảnh hưởng ra sao đến sản lượng biên và giá trị sản lượng biên của công nhân hái tái?
   c. Đạo luật này ảnh hưởng như thế nào đến cầu và mức lương cân bằng của công nhân hái táo?
3. Công ty sữa Smiling Cow có thể bán tất cả số lượng sữa mà nó muốn với mức giá 4 đô la một gallon, và nó có thể thuê người máy (robot) để vắt sữa với mức giá thuê 100 đô la một ngày. Thông tin về sản xuất của công ty này như sau:

Số lượng người máy	Tổng sản lượng
0	0 gallons
1	50
2	85
3	115
4	140
5	150
6	155

   a. Thị trường sản phẩm mà công ty này bán ra có loại cấu trúc gì? Tại sao?
   b. Thị trường người máy mà công ty này đang thuê có cấu trúc gì? Tại sao?
   c. Hãy tính toán sản lượng biên và giá trị sản lượng biên cho mỗi người máy tăng thêm.
   d. Công ty này nên thuê bao nhiêu người máy. Giải thích.
4. Giả sử lao động là đầu vào duy nhất được doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo sử dụng. Hàm sản xuất của doanh nghiệp được cho như sau:

Số ngày Lao động	Số lượng đơn vị đầu ra
0 ngày	0 đơn vị
1	7
2	13
3	19
4	25
5	28
6	29
7	29

a. Hãy tính toán sản lượng biên cho mỗi người lao động được tuyển dụng thêm.

b. Mỗi đơn vị sản phẩm sẽ được bán với giá 10 đô la. Hãy tính giá trị sản lượng biên cho mỗi lao động.

c. Hãy tính toán biểu cầu minh họa số lượng người lao động được tuyển dụng khi mức lương dao động từ 0 đến 100 đô la một ngày.

d. Vẽ đồ thị đường cầu lao động của doanh nghiệp.

e. Điều gì sẽ xảy ra với đường cầu nếu giá của sản phẩm tăng từ 10 lên 12 đô la cho một đơn vị sản phẩm?

5. Chú của bạn là một người đầy tham vọng vừa mới mở một tiệm sandwich tuyển dụng 7 lao động. Người lao động được trả 6 đô la một giờ, và một sandwich bán với giá 3 đô la. Nếu chú của bạn đặt mục tiêu tối đa hóa lợi nhuận cho chính ông ấy, giá trị sản lượng biên cho người công nhân cuối cùng mà ông ấy tuyển dụng sẽ là bao nhiêu? Sản lượng biên của lao động cuối cùng này là bao nhiêu?

6. Quốc gia Ectenia có 20 vườn táo cạnh tranh nhau, bán táo theo mức giá thế giới là 2 đô la. Phương trình mô tả hàm sản xuất và sản lượng biên theo lao động cho mỗi vườn táo như sau:

$$Q = 100L - L^2.$$

$$MPL = 100 - 2L$$

trong đó Q là số lượng táo được hái trong một ngày, L là số công nhân hái táo, và MPL là sản lượng biên của lao động.

a. Xác định cầu lao động của mỗi vườn táo như là một hàm số của mức lương hàng ngày W. Cầu lao động cho cả thị trường là gì?

b. Ectenia có 200 lao động có cung không co giãn. Tính mức lương W. Có bao nhiêu lao động được mỗi vườn tuyển dụng? Lợi nhuận mỗi người chủ vườn táo kiếm được là bao nhiêu?

c. Hãy tính toán điều gì sẽ xảy ra với thu nhập của người lao động và người chủ sở hữu vườn táo nếu giá táo trên thị trường thế giới tăng gấp đôi lên 4 đô la.

d. Bây giờ giả sử rằng giá táo rơi xuống mức cũ 2 đô la, nhưng một cơn bão lớn phá hủy một nửa số vườn táo. Hãy tính toán mức độ ảnh hưởng mà cơn bão gây ra đối với thu nhập của mỗi người lao động và mỗi chủ sở hữu vườn táo còn lại. Điều gì sẽ xảy ra với thu nhập của cả nước Ectenia?

7. Công ty Leadbelly bán bút chì trên thị trường sản phẩm cạnh tranh hoàn hảo và tuyển dụng lao động trên thị trường lao động cạnh tranh hoàn hảo. Giả định rằng mức lương thị trường cho người lao động là 150 đô la mỗi ngày.

a. Leadbelly nên theo quy luật nào để tuyển dụng lượng lao động đạt mục tiêu tối đa hóa lợi nhuận?

b. Ở mức sản lượng tối đa hóa lợi nhuận, sản lượng biên của lao động cuối cùng được tuyển dụng là 30 hộp bút chì mỗi ngày. Hãy tính toán giá của một hộp bút chì.

c. Hãy vẽ đồ thị thị trường lao động sản xuất bút chì (như trong Hình 4 ở chương này) bên cạnh đồ thị cung và cầu lao động của Leadbelly (như trong Hình 3). Chỉ ra mức lương và lượng lao động cân bằng cho cả thị trường và cho Leadbelly. Các sơ đồ này liên quan với nhau như thế nào?

d. Giả sử một số công nhân sản xuất bút chì chuyển sang công việc khác trong ngành máy tính đang phát triển. Trên các đồ thị ở Câu (c), minh họa sự thay đổi này tác động như thế nào đến mức lương và lượng lao động cân bằng cho cả thị trường và cho Leadbelly. Sự thay đổi này tác động ra sao đến sản lượng biên của lao động của Leadbelly?

8. Giả sử có một đợt bão tuyết làm phá hủy một phần mùa vụ cam ở Florida.

a. Giải thích điều gì sẽ xảy ra với giá cam và sản lượng biên của công nhân hái cam do tác động của đợt bão tuyết. Bạn có thể dự báo điều gì xảy ra với cầu lao động hái cam không? Tại sao có và tại sao không?

b. Giả sử giá cam tăng gấp đôi và sản lượng biên giảm 30 phần trăm. Điều gì xảy ra với mức lương cân bằng của công nhân hái cam?

c. Giả sử giá cam tăng 30 phần trăm và sản lượng biên giảm xuống 50 phần trăm. Điều gì xảy ra với mức lương cân bằng của công nhân hái cam

9. Chương này đã giả định lao động được cung ứng bởi các công nhân đơn lẻ một cách cạnh tranh. Tuy nhiên trên một số thị trường, cung lao động lại được quyết định bởi công đoàn.

a. Giải thích tại sao tình huống của công đoàn có thể tương tự với trường hợp doanh nghiệp độc quyền.

b. Mục tiêu của một doanh nghiệp độc quyền là tối đa hóa lợi nhuận. Công đoàn có mục tiêu tương tự như vậy không?

c. Bây giờ mở rộng sự tương đồng giữa doanh nghiệp độc quyền và công đoàn. Bạn nghĩ thế nào về mức lương xác định bởi công đoàn so với mức lương trên thị trường cạnh tranh? Bạn nghĩ như thế nào về sự khác biệt trong số người có việc làm giữa hai trường hợp?

d. Những mục tiêu khác nào mà công đoàn có thể có và làm cho nó khác với doanh nghiệp độc quyền?

10. Trong suốt những thập niên 1980, 1990, và thập niên đầu của thế kỷ 20, Hoa Kỳ đã đón nhận một dòng vốn lớn đổ vào từ các nước khác. Ví dụ, Toyota, BMW, và các công ty xe hơi khác ở nước ngoài xây dựng các nhà máy ở Hoa Kỳ.

a. Hãy sử dụng sơ đồ về thị trường vốn ở Hoa Kỳ để minh họa tác động của dòng vốn này đến giá cho thuê vốn ở Hoa Kỳ và đến số lượng vốn được sử dụng.

b. Hãy sử dụng sơ đồ về thị trường lao động để minh họa tác động của dòng vốn này đến mức lương trung bình trả cho công nhân Hoa Kỳ.

11. Trong những năm gần đây, một số nhà hoạch định chính sách đã đề xuất việc yêu cầu các doanh nghiệp cung cấp phúc lợi tăng thêm cho người lao động, như bảo hiểm sức khỏe chẳng hạn. Hãy xem xét tác động của một chính sách như vậy đến thị trường lao động.
    a. Giả sử có một đạo luật yêu cầu các doanh nghiệp cung cấp cho mỗi công nhân 3 đô la phúc lợi tăng thêm cho mỗi giờ mà công nhân làm việc cho doanh nghiệp. Đạo luật này ảnh hưởng như thế nào đến lợi nhuận biên mà doanh nghiệp thu được từ mỗi người lao động. Đạo luật này ảnh hưởng như thế nào đến đường cầu lao động? Hãy minh họa câu trả lời của bạn bằng đồ thị với thông tin mức lương bằng tiền mặt trên trục đứng.
    b. Nếu không có sự thay đổi nào về cung lao động, đạo luật này ảnh hưởng như thế nào đến việc làm và mức lương?
    c. Tại sao đường cung lao động lại có thể dịch chuyển để thích ứng với đạo luật này? Liệu sự dịch chuyển này của cung lao động sẽ làm tăng hay làm giảm tác động của đạo luật này đến mức lương và việc làm?
    d. Như Chương 6 đã thảo luận, mức lương của một số người lao động, cụ thể là lao động trình độ thấp và thiếu kinh nghiệm, được xác định ở trên mức cân bằng do luật mức lương tối thiểu gây ra. Một quy định về phúc lợi tăng thêm có thể gây ra những tác động gì đến những người lao động này?

Để biết thêm thông tin về chủ đề của chương này, hãy ghé thăm website của chúng tôi tại *www.cengage.com/international* để xem thêm bài tập, ứng dụng, ví dụ, các bài kiểm tra trực tuyến và các nội dung khác.

19

TIỀN LƯƠNG VÀ PHÂN BIỆT ĐỐI XỬ

Ngày nay ở Hoa Kỳ một kỹ sư trung bình kiếm được khoảng 200.000 đô la một năm, một nhân viên cảnh sát trung bình kiếm được khoảng 50.000 đô la, và một nông dân trung bình có khoảng 20.000 đô la. Những ví dụ này minh chứng cho sự chênh lệch lớn về thu nhập đã trở nên phổ biến trong nền kinh tế. Sự khác biệt về thu nhập này giải thích tại sao một số người sống trong những tòa nhà nguy nga tráng lệ, đi lại trên những chiếc xe siêu sang, có những chuyến du lịch đến French Riviera, trong khi đó có những người chỉ cư trú trong những căn hộ nhỏ, đi lại bằng xe buýt, và có những kỳ nghỉ rất giản đơn tại chính khu vườn của gia đình mình.

Tại sao lại có sự khác biệt rất lớn về thu nhập giữa những người lao động? Chương 18 với lý thuyết tân cổ điển cơ bản về thị trường lao động đã trả lời cho câu hỏi này. Chúng ta đã biết rằng mức lương được quyết định bởi cung và cầu lao động. Cầu lao động lại phản ánh năng suất biên của lao động. Tại điểm cân bằng, mỗi công nhân được trả lương theo giá trị mà người đó đóng góp thêm cho hoạt động sản xuất hàng hóa và dịch vụ của nền kinh tế.

Lý thuyết này về thị trường lao động, mặc dù được chấp nhận rộng rãi bởi các nhà kinh tế học, cũng chỉ là phần mở đầu của câu chuyện. Để lý giải được sự chênh lệch lớn về thu nhập mà chúng ta đã thấy, chúng ta phải tìm hiểu sâu hơn khung phân tích tổng quan, và xem xét kỹ hơn các yếu tố quyết định cung và cầu cho từng loại lao động khác nhau. Đó chính là mục tiêu của chương này.

MỘT SỐ YẾU TỐ QUYẾT ĐỊNH MỨC LƯƠNG CÂN BẰNG

Lao động là không đồng nhất theo nhiều số cách. Công việc cũng có những đặc điểm khác nhau – cả ở mức lương phải trả cho người thực hiện công việc và những đặc tính phi tiền tệ. Trong phần này, chúng ta xem xét đặc tính của công

việc và của người lao động ảnh hưởng như thế nào đến cung, cầu lao động, và mức lương cân bằng.

Chênh lệch lương

Khi một người lao động cân nhắc khả năng tham gia làm việc, mức lương chỉ là một trong nhiều đặc điểm của công việc mà họ xem xét trước khi ra quyết định. Một số công việc là dễ dàng, vui vẻ, và an toàn, trong khi đó lại có những công việc nặng nhọc, chán ngắt, và nguy hiểm. Nếu công việc càng tốt hơn, thường được quyết định bởi các đặc tính phi tiền tệ như vậy, thì càng có nhiều người sẵn lòng làm việc cho dù ở mức lương nào đi chăng nữa. Nói một cách khác, cung lao động đối với những công việc dễ dàng, vui vẻ, và an toàn bao giờ cũng lớn hơn cung lao động cho những công việc nặng nhọc, chán ngắt, và nguy hiểm. Kết quả là những công việc "tốt" có xu hướng có mức lương cân bằng thấp hơn so với của những công việc "xấu".

Ví dụ, hãy tưởng tượng rằng bạn tìm kiếm một công việc mùa hè tại một bãi biển của một cộng đồng. Có hai loại công việc mà bạn có thể lựa chọn. Bạn có thể làm một nhân viên kiểm tra thông tin bãi biển, hoặc là một nhân viên thu gom rác thải. Một nhân viên kiểm tra thông tin bãi biển sẽ đi dọc bãi biển một cách thư thái và kiểm tra xem du khách có đảm bảo các biện pháp bảo hộ cần thiết hay không. Nhân viên thu gom rác thải thức dậy trước bình minh để đi thu gom rác trên những chiếc xe tải dơ bẩn và ồn ào. Loại công việc nào bạn mong muốn hơn? Phần lớn mọi người thích công việc trên bãi biển hơn nếu mức lương như nhau. Nhằm thu hút mọi người tham gia công việc thu gom rác, địa phương sẽ phải đưa ra mức lương cao hơn cho công việc thu gom rác hơn mức lương của nhân viên làm việc ở bãi biển.

Các nhà kinh tế học sử dụng thuật ngữ **chênh lệch lương**[1] hàm ý về sự chênh lệch mức lương do các đặc tính phi tiền tệ của các công việc khác nhau. Chênh lệch lương là hiện tượng phổ biến trong nền kinh tế. Dưới đây là một số ví dụ điển hình:

- Công nhân khai khoáng được trả lương cao hơn so với những công nhân khác có cùng trình độ giáo dục. Mức lương họ nhận được cao hơn bởi vì bản chất độc hại và nguy hiểm của công việc khai khoáng mà họ phải gánh vác, cũng như những vấn đề sức khỏe trong dài hạn mà những người công nhân này phải đối diện.
- Công nhân làm việc ca đêm ở các nhà máy được trả lương cao hơn so với công nhân tương tự nhưng làm việc ban ngày. Mức lương cao hơn do những công nhân phải làm việc ban đêm và ngủ vào ban ngày, một thói quen cuộc sống đảo ngược mà ít người mong muốn.
- Các giáo sư ở các trường đại học được trả lương ít hơn so với các luật sư và bác sĩ mặc dù thời lượng giáo dục những người này phải trải qua khá

1. **Chênh lệch lương:** phần chênh lệch về lương nhằm bù đắp cho những thuộc tính phi tiền tệ của những công việc khác nhau.

giống nhau. Mức lương thấp hơn mà các giáo sư nhận được vì sự thỏa mãn cá nhân và trí tuệ mà công việc này mang lại cho họ. (Thực ra thì giảng dạy kinh tế học vui đến mức thật đáng ngạc nhiên là người ta vẫn còn phải trả lương cho các giáo sư kinh tế học!)

Vốn con người

Như đã thảo luận ở chương trước, thuật ngữ vốn thường được dùng để chỉ lượng trang thiết bị và cơ sở hạ tầng của nền kinh tế. Trữ lượng vốn bao gồm máy kéo của nông dân, nhà xưởng của doanh nghiệp, bảng của giáo viên. Vốn là một yếu tố sản xuất nhân tạo.

Cũng tồn tại những hình thức khác của vốn, mặc dù ít hữu hình hơn vốn vật chất, nhưng vẫn có tầm quan trọng đối với hoạt động sản xuất của nền kinh tế. **Vốn con người**[1] là sự tích lũy của những đầu tư vào con người. Hình thức quan trọng nhất của vốn con người chính là giáo dục. Cũng giống như những hình thức khác của vốn, giáo dục gây ra chi phí nguồn lực phát sinh tại một thời điểm để giúp gia tăng năng suất lao động trong tương lai. Tuy nhiên không giống như hoạt động đầu tư của các loại vốn khác, đầu tư vào giáo dục gắn chặt với một con người cụ thể, và mối quan hệ này là tất cả những gì tạo nên vốn con người cho người đó.

Không ngạc nhiên khi chúng ta biết rằng trung bình người lao động có vốn con người cao hơn sẽ có mức thu nhập cao hơn so với những người có vốn con người ít hơn. Chẳng hạn hầu hết những sinh viên tốt nghiệp đại học ở Hoa Kỳ có mức thu nhập gấp đôi so với những công nhân có trình độ trung học phổ thông. Sự chênh lệch lớn này đã được ghi nhận ở nhiều quốc gia trên thế giới. Thậm chí chênh lệch này có xu hướng lớn hơn ở các quốc gia kém phát triển, nơi tồn tại sự thiếu hụt cung lao động có trình độ.

Dễ dàng nhận ra rằng giáo dục giúp làm tăng mức lương theo lý thuyết cung và cầu. Các doanh nghiệp – chủ thể cầu lao động – sẵn lòng trả nhiều tiền hơn cho lao động có trình độ cao bởi vì lao động có trình độ cao sẽ tạo ra năng suất biên cao hơn. Người lao động – chủ thể cung lao động – sẵn lòng trả chi phí cho giáo dục nếu và chỉ nếu việc này đem lại lợi ích cho họ. Xét về mặt bản chất, chênh lệch mức lương giữa lao động có trình độ cao và lao động có trình độ thấp có thể được xem là khoản chênh lệch lương để bù đắp cho chi phí của giáo dục.

NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG *Giá trị tăng thêm của các kỹ năng*

"Người giàu càng giàu hơn, người nghèo càng nghèo đi." Cũng giống như nhiều ngạn ngữ, phát biểu này không phải lúc nào cũng đúng, nhưng gần đây lại được ủng hộ. Nhiều nghiên cứu đã chỉ ra rằng khoảng cách thu nhập giữa lao động có

1. **Vốn con người**: tích lũy những đầu tư cho con người như giáo dục, đào tạo thông qua công việc.

Bảng 1
Thu nhập bình quân hàng năm theo trình độ giáo dục

Sinh viên tốt nghiệp đại học luôn có mức thu nhập cao hơn những lao động không được thụ hưởng lợi ích từ giáo dục đại học, và chênh lệch lương đã tăng lên nhiều trong vòng vài thập niên qua.

	1980	2008
Nam giới		
Trung học phổ thông, không có bằng đại học	$45.310	$43.493
Tốt nghiệp đại học	$65.287	$81.975
Phần trăm tăng thêm cho lao động tốt nghiệp đại học	+44%	+88%
Nữ giới		
Trung học phổ thông, không có bằng đại học	$27.324	$31.666
Tốt nghiệp đại học	$36.894	$54.207
Phần trăm tăng thêm cho lao động tốt nghiệp đại học	+35%	+71%

Lưu ý: Dữ liệu thu nhập được điều chỉnh theo lạm phát và được đưa về thời điểm giá trị đô la năm 2008. Dữ liệu áp dụng cho những người lao động toàn thời gian, làm việc suốt năm có tuổi từ 18 trở lên. Dữ liệu cho người tốt nghiệp đại học loại trừ những người lao động có bằng cấp cao hơn đại học, chẳng hạn như bằng thạc sĩ hoặc tiến sĩ.

Nguồn: Cục Điều tra Nhân Khẩu và tính toán của tác giả.

trình độ cao và lao động có trình độ thấp ngày càng được nới rộng trong hai thập niên gần đây.

Bảng 1 minh họa dữ liệu về mức thu nhập bình quân của sinh viên tốt nghiệp đại học và học sinh tốt nghiệp trung học phổ thông mà không tham gia thêm bất kỳ khóa đào tạo nào khác. Dữ liệu này chứng minh rằng giáo dục đem đến những lợi ích tài chính tăng thêm. Vào năm 1980, trung bình một người lao động có trình độ đại học có mức thu nhập cao hơn một người lao động có trình độ phổ thông khoảng 44 phần trăm; vào năm 2008 con số này đã tăng lên 88 phần trăm. Đối với nữ giới, lợi ích từ việc học đại học là giúp làm tăng từ 35 phần trăm đến 75 phần trăm trong mức gia tăng thu nhập. Thực tế là động cơ cho việc đi học ngày nay là rất lớn.

Tại sao khoảng cách thu nhập giữa lao động có trình độ cao và lao động trình độ thấp lại càng được nới rộng trong những năm gần đây? Không ai biết chắc câu trả lời, tuy nhiên các nhà kinh tế học đã đưa ra hai giả thuyết để lý giải xu hướng này. Cả hai giả thuyết đều cho rằng cầu lao động có trình độ cao tăng lên tương đối theo thời gian so với cầu lao động có trình độ thấp. Sự dịch chuyển của cầu lao động dẫn đến sự thay đổi mang tính hệ quả về mức lương, và đến lượt nó lại khuyếch tán rộng hơn tình trạng bất bình đẳng.

Giả thuyết đầu tiên cho rằng thương mại quốc tế đã làm thay đổi một cách tương đối giữa cầu lao động có trình độ cao và cầu lao động có trình độ thấp. Trong những năm gần đây, khối lượng giao thương giữa các quốc gia tăng lên đáng kể. Tính theo tỷ lệ phần trăm trong tổng giá trị sản xuất hàng hóa và dịch vụ của Hoa Kỳ, nhập khẩu đã tăng từ 5 phần trăm năm 1970 lên 14 phần trăm vào năm 2009, và xuất khẩu tăng từ 6 phần trăm năm 1970 lên 11 phần trăm vào năm 2009. Do lao động có trình độ thấp nhiều và rẻ ở nhiều quốc gia khác nên Hoa Kỳ có xu hướng nhập khẩu những hàng hóa được sản xuất bởi lao động có trình độ thấp, và xuất khẩu những hàng hóa được sản xuất bởi lao động có trình độ cao. Vì vậy, khi thương mại quốc tế càng phát triển, cầu nội địa đối với lao động có trình độ cao tăng lên và cầu nội địa đối với lao động có trình độ thấp giảm xuống.

Giả thuyết thứ hai cho rằng sự thay đổi công nghệ làm thay đổi một cách tương đối giữa cầu lao động có trình độ cao và cầu lao động có trình độ thấp. Lấy ví dụ về việc ra đời của máy vi tính. Máy vi tính làm tăng cầu lao động có trình độ cao, những người có khả năng sử dụng những máy móc mới, và làm giảm cầu lao động có trình độ thấp trong những công việc được thay thế bởi máy vi tính. Chẳng hạn nhiều công ty hiện nay chủ yếu sử dụng hệ thống cơ sở dữ liệu do máy vi tính quản lý, và ít sử dụng các tủ hồ sơ để lưu trữ dữ liệu doanh nghiệp. Sự thay đổi này làm tăng cầu lập trình viên máy tính và giảm cầu nhân viên lưu trữ hồ sơ văn phòng. Như vậy, khi số lượng doanh nghiệp sử dụng máy vi tính nhiều hơn, cầu lao động có trình độ cao tăng lên, và cầu lao động có trình độ thấp giảm.

Các kinh tế học hiện đang gặp khó khăn trong việc đánh giá tính đúng đắn của hai giả thuyết này. Có thể cả hai đều đúng: Gia tăng thương mại quốc tế và thay đổi công nghệ có khả năng làm nới rộng thêm bất bình đẳng về thu nhập vốn đang có xu hướng gia tăng mà chúng ta quan sát được trong những thập niên gần đây. ■

Năng lực, nỗ lực, và cơ hội

Tại sao các vận động viên bóng chày thi đấu ở giải nhà nghề thường có mức thu nhập cao hơn so với các cầu thủ ở các giải đấu nhỏ? Chắc chắn là mức lương cao hơn không phải là do chênh lệch lương. Thi đấu ở giải nhà nghề không phải là một công việc ít thú vị hơn so với thi đấu ở giải đấu nhỏ; trên thực tế điều ngược lại mới đúng. Các giải đấu chuyên nghiệp không yêu cầu số năm đi học phải nhiều hơn hoặc kinh nghiệm nhiều hơn. Nhìn chung, vận động viên ở các giải nhà nghề kiếm nhiều tiền hơn chỉ vì họ có khả năng thiên bẩm cao hơn.

Khả năng thiên bẩm rất quan trọng trong mọi nghề nghiệp. Do thiên bẩm và giáo dục, con người sẽ có những đặc tính về trí tuệ và thể lực khác nhau. Một số người khỏe mạnh trong khi một số khác thì yếu. Một số người thông minh trong khi một số khác ít thông minh hơn. Một số người thành công trong khi có những người không thể hòa nhập trong các tổ chức xã hội. Những gì đã để cập và nhiều đặc tính cá nhân khác quyết định năng suất của người lao động, và do vậy đóng vai trò quan trọng trong việc quyết định mức lương mà họ nhận được.

Một yếu tố khác liên quan chặt với năng lực là sự nỗ lực. Có một số người làm việc chăm chỉ; trong khi một số khác lười lao động. Chúng ta không cần phải ngạc nhiên khi biết rằng những người làm việc chăm chỉ thường là những người có năng suất lao động cao hơn và có thu nhập cao hơn. Trong một chừng mực nào đó, các doanh nghiệp đãi ngộ cho người lao động một cách trực tiếp dựa trên thành quả lao động mà họ đem lại cho doanh nghiệp. Ví dụ, các nhân viên bán hàng thường được trả lương theo tỷ lệ phần trăm doanh thu mà chính họ tạo ra cho doanh nghiệp. Trong một số trường hợp khác, làm việc chăm chỉ được đãi ngộ ít trực tiếp hơn như đưa ra mức lương hay mức thưởng hàng năm cao hơn.

Cơ hội cũng đóng một vai trò trong việc quyết định mức lương. Nếu một cá nhân đi học ở trường kinh doanh để học cách sửa chữa tivi với các ống dẫn chân không, và sau đó nhận ra rằng kỹ năng này bị lỗi thời khi các thiết bị điện hiện đại hơn được phát minh, thu nhập của người đó chỉ duy trì mãi ở mức thấp khi so

sánh với những người lao động khác có cùng thời gian đào tạo. Mức lương thấp của người lao động này là do cơ hội – một hiện tượng được các nhà kinh tế học công nhận nhưng lại ít dành nguồn lực để nghiên cứu kỹ.

Thế thì tầm quan trọng của khả năng, nỗ lực, và cơ hội là như thế nào trong việc xác định mức lương? Thật khó trả lời câu hỏi này bởi vì các yếu tố này rất khó đo lường. Tuy nhiên các bằng chứng gián tiếp lại cho thấy các yếu tố này rất quan trọng. Khi các nhà kinh tế học lao động nghiên cứu về lương, họ gắn mức lương với các biến số có thể đo lường như số năm đi học, số năm kinh nghiệm, tuổi, và các đặc điểm công việc. Tất cả các biến số này ảnh hưởng đến mức lương của một người lao động như lý thuyết đã dự báo, nhưng họ chỉ giải thích được chưa tới một nửa những dao động trong mức lương thực tế. Bởi vì sự khác biệt trong mức lương vẫn chưa được giải thích đầy đủ, các biến số bỏ sót, bao gồm khả năng, nỗ lực, và cơ hội, ắt hẳn là đóng một vai trò quan trọng.

NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG

Lợi ích của sắc đẹp

Con người có nhiều điểm khác nhau. Một trong những khác biệt là sự quyến rũ. Ví dụ, nữ diễn viên Keira Knightley là một phụ nữ đẹp. Một phần vì lý do này mà các bộ phim có diễn xuất của cô thu hút được một lượng đông đảo người xem. Không ngạc nhiên khi chính số lượng người hâm một đông đảo như vậy làm cho mức thu nhập mà Keira Knightley nhận được rất cao.

Lợi ích kinh tế của sắc đẹp lớn đến mức nào? Các nhà kinh tế học lao động Daniel Hamermesh và Jeff Biddle đã cố gắng trả lời câu hỏi này trong một nghiên cứu được xuất bản vào tháng Mười hai năm 1994 trên *American Economic Review*. Hamermesh và Biddle đã phân tích số liệu từ các khảo sát cá nhân ở Hoa Kỳ và Canada. Các phỏng vấn viên, những người thực hiện khảo sát, được yêu cầu xếp hạng ngoại hình của mỗi người tham gia trả lời phỏng vấn. Hamermesh và Biddle sau đó nghiên cứu mức độ tác động đến mức lương của các biến số thông dụng theo lý thuyết, và mức độ tác động đến lương của ngoại hình.

Hamermesh và Biddle đã phát hiện ra rằng người đẹp hơn được trả lương cao hơn. Những người được đánh giá là hấp dẫn trên mức trung bình có mức thu nhập cao hơn 5 phần trăm so với những người có ngoại hình trung bình, và những người có ngoại hình trung bình thường kiếm được thu nhập cao hơn khoảng 5 đến 10 phần trăm so với những người kém hơn mức trung bình. Kết quả tương tự cho cả nam và nữ.

Điều gì giúp giải thích sự chênh lệch trong mức lương? Có nhiều cách giải thích hiện tượng "lợi ích sắc đẹp".

Một cách giải thích là sắc đẹp tự nó là một loại khả năng bẩm sinh quyết định năng suất lao động và mức lương. Một số người khi sinh ra đã có vẻ đẹp của những ngôi sao màn bạc; những người khác thì không. Người đẹp thường thuận lợi khi thực hiện những công việc mang tính xã giao bên ngoài - chẳng hạn diễn xuất, bán hàng, bồi bàn. Trong trường hợp này, người lao động có sức hút thường tạo ra giá trị lớn hơn cho doanh nghiệp so với người lao động ít thu hút hơn. Sự

sẵn lòng trả cao hơn của doanh nghiệp cho người lao động có sức thu hút hơn rõ ràng phản ánh sự ưa thích của người tiêu dùng.

Cách giải thích thứ hai cho rằng sắc đẹp là một cách đo lường gián tiếp những khả năng khác. Mức độ thu hút bên ngoài của một người không chỉ phụ thuộc vào di truyền. Nó còn phụ thuộc vào trang phục, kiểu tóc, hành vi cá nhân, và các đặc tính khác mà một người có thể kiểm soát. Có thể một người có khả năng thể hiện thành công vẻ đẹp của mình trong buổi phỏng vấn thường là một người thông minh, và cũng có khả năng thực hiện thành công các nhiệm vụ trong công việc.

Cách giải thích thứ ba: lợi ích sắc đẹp là một hình thức phân biệt đối xử, một chủ đề mà chúng ta sẽ đề cập sau. ■

Quan điểm khác về giáo dục: Cung cấp thông tin

Chúng ta đã thảo luận quan điểm về vốn con người của giáo dục, theo đó đi học giúp làm tăng mức lương của người lao động bởi vì giáo dục làm cho người lao động có năng suất cao hơn. Mặc dù quan điểm này được chấp nhận một cách rộng rãi, một số nhà kinh tế vẫn nghiên cứu những lý thuyết mới, trong đó nhấn mạnh rằng các doanh nghiệp sử dụng giáo dục như một cách thức để phân loại giữa người lao động có khả năng cao và người lao động có khả năng thấp. Theo lý thuyết mới, chẳng hạn khi một người có bằng đại học, họ không trở nên năng suất hơn, nhưng họ lại cung cấp thông tin cho chủ doanh nghiệp tiềm năng về năng lực của họ. Bởi vì dễ hiểu rằng người có năng lực cao thường có khả năng có bằng đại học lớn hơn so với người có năng lực thấp nên nhiều người có năng lực cao sẽ có bằng đại học. Hệ quả là doanh nghiệp sẽ rất hợp lý khi xem bằng đại học như là một tín hiệu về năng lực.

Lý thuyết cung cấp thông tin của giáo dục cũng tương tự như lý thuyết cung cấp thông tin của quảng cáo đã được thảo luận trong Chương 16. Trong lý thuyết cung cấp thông tin của quảng cáo, quảng cáo chính nó đã không chứa đựng những thông tin thực, nhưng các doanh nghiệp lại cung cấp thông tin về chất lượng sản phẩm đến người tiêu dùng thông qua số tiền mà doanh nghiệp sẵn lòng chi cho quảng cáo. Trong lý thuyết cung cấp thông tin của giáo dục, việc đi học không có lợi ích tăng năng suất thực, nhưng những người lao động phát tín hiệu đến chủ doanh nghiệp về năng suất thực sự của mình thông qua sự sẵn lòng đi học của họ. Trong cả hai trường hợp trên, hành động được thực hiện không phải để tạo ra lợi ích cuối cùng, nhưng do sự sẵn lòng chấp nhận hành động đã truyền tải thông tin cá nhân đến người quan sát.

Vì vậy, bây giờ chúng ta có hai quan điểm về giáo dục: lý thuyết vốn con người và lý thuyết cung cấp thông tin. Cả hai lý thuyết này đều có thể giải thích tại sao người lao động có trình độ cao thường có thu nhập cao hơn so với người lao động có trình độ thấp hơn. Theo quan điểm vốn con người, giáo dục làm cho người lao động có năng suất cao hơn; còn theo lý thuyết cung cấp thông tin, giáo dục có tương quan với khả năng thiên bẩm. Tuy nhiên, hai quan điểm này lại rất khác nhau khi đưa ra dự báo về tác động của chính sách đến khả năng gia tăng tỷ lệ đi học. Theo quan điểm vốn con người, gia tăng trình độ giáo dục cho tất cả người lao động sẽ giúp làm tăng năng suất lao động của họ, do đó làm tăng mức lương.

Theo lý thuyết cung cấp thông tin, giáo dục không làm tăng năng suất, vì vậy trình độ giáo dục cao hơn không ảnh hưởng gì đến mức lương.

Có lẽ sự thật nằm ở giữa hai thái cực này. Lợi ích từ giáo dục có thể là sự kết hợp giữa tác động làm tăng năng suất của vốn con người và tác động bộc lộ năng suất của việc cung cấp thông tin. Một câu hỏi tiếp tục đặt ra là mối quan hệ tương đối của hai tác động này.

Hiện tượng siêu sao

Mặc dù hầu hết các diễn viên kiếm được ít tiền và thường làm thêm nghề bồi bàn để trang trải cuộc sống, nhưng Johnny Depp lại kiếm được hàng triệu đô la cho mỗi bộ phim. Tương tự, trong khi hầu hết mọi người chơi quần vợt để giải trí, Serena Williams kiếm hàng triệu đô la trong các giải đấu chuyên nghiệp. Depp và Williams là những siêu sao trong lĩnh vực của họ, và hình ảnh nổi tiếng của họ trước công chúng đã phản ánh mức thu nhập khổng lồ mà họ nhận được.

Tại sao Depp và Williams kiếm được quá nhiều tiền như vậy? Không cần phải quá ngạc nhiên khi biết rằng thu nhập khác biệt ngay trong mỗi ngành nghề. Một thợ mộc lành nghề có thu nhập cao hơn thợ mộc bình thường, thợ sửa ống nước tài giỏi cũng có mức thu nhập cao hơn thợ phổ thông. Mỗi người có sự khác nhau về khả năng và nỗ lực, và những sự khác biệt này dẫn đến mức thu nhập khác nhau. Tuy nhiên những thợ mộc hay thợ sửa ống nước giỏi nhất lại không thể có được mức thu nhập đến hàng triệu đô la như thường thấy đối với các ngôi sao màn bạc và vận động viên thể thao xuất sắc nhất. Làm sao lý giải sự khác biệt này?

Để biết tại sao Depp và Williams lại có thu nhập khổng lồ như vậy, chúng ta phải nghiên cứu những đặc điểm cụ thể của những thị trường mà họ cung cấp các dịch vụ. Các siêu sao nổi lên ở các thị trường nơi có hai đặc tính sau:

- Mỗi người tiêu dùng trên thị trường đó đều mong muốn thụ hưởng những hàng hóa được cung cấp bởi nhà sản xuất tốt nhất.
- Hàng hóa được sản xuất với một công nghệ mà nó có thể giúp nhà sản xuất tốt nhất có thể cung ứng sản phẩm đến mọi người tiêu dùng với chi phí thấp.

Nếu Johnny Depp là diễn viên xuất sắc nhất ở đây, mọi người sẽ mong muốn được xem bộ phim tiếp theo của anh; xem hai lần một bộ phim của một diễn viên chỉ giỏi bằng một nửa Johnny Depp không phải là một sự thay thế tốt. Hơn thế nữa, tất cả mọi người đều có thể tận hưởng khả năng diễn xuất của Johnny Depp. Bởi vì thật dễ dàng sao chép bộ phim thành nhiều bản, và khi đó Depp có thể cung cấp dịch vụ của anh ấy đến hàng triệu người cùng lúc. Tương tự, bởi vì các trận đấu quần vợt được chiếu trên truyền hình nên hàng triệu người hâm mộ có thể theo dõi những màn phô diễn kỹ thuật tuyệt vời của Serena Williams.

Bây giờ chúng ta có thể biết rằng tại sao không thể tồn tại các thợ mộc hay thợ sửa ống nước siêu sao được. Trong điều kiện các yếu tố khác không đổi, ai cũng muốn thuê một thợ mộc lành nghề hơn, nhưng một thợ mộc, không giống như một diễn viên điện ảnh, chỉ có thể cung cấp dịch vụ của mình đến một số lượng có hạn người tiêu dùng. Mặc dù một thợ mộc lành nghề có khả năng yêu cầu một

mức lương cao hơn ở một chừng mực nào đó so với một thợ mộc có trình độ trung bình, thợ mộc trung bình vẫn có khả năng tạo ra được một mức sống tốt cho mình.

Mức lương trên mức cân bằng: Luật mức lương tối thiểu, công đoàn, và mức lương hiệu quả

Hầu hết các phân tích về sự khác biệt mức lương giữa những người lao động đều dựa trên mô hình cân bằng thị trường lao động – đó là, mức lương được giả định là sẽ hiệu chỉnh theo hướng cân bằng cung và cầu lao động. Tuy nhiên, giả định này không phải lúc nào cũng phù hợp. Đối với một số người lao động, mức lương của họ được ấn định trên mức cân bằng của cung và cầu lao động. Hãy xem xét ba lý do có thể xảy ra.

Một lý do cho mức lương trên cân bằng là luật mức lương tối thiểu, như chúng ta đã thấy lần đầu trong Chương 6. Hầu hết người lao động trong nền kinh tế không bị ảnh hưởng bởi luật này vì mức lương cân bằng trên thị trường của họ cao hơn nhiều so với mức lương tối thiểu do luật định. Tuy nhiên, đối với một số lao động, đặc biệt là những lao động có kỹ năng thấp và thiếu kinh nghiệm, luật mức lương tối thiểu sẽ làm tăng mức lương của họ trên mức mà họ có thể kiếm được trên thị trường lao động tự do.

Lý do thứ hai làm cho mức lương cao hơn mức cân bằng là sức mạnh thị trường của công đoàn. **Công đoàn**[1] là một hiệp hội người lao động có vai trò thực hiện đàm phán với chủ doanh nghiệp về mức lương và các điều kiện làm việc. Công đoàn thường làm tăng lương trên mức cân bằng trong điều kiện không có công đoàn, có lẽ là do họ có khả năng đe dọa rời bỏ công việc bằng cách kêu gọi **đình công**[2]. Nghiên cứu đã chỉ ra rằng những người lao động tham gia công đoàn có mức thu nhập cao hơn khoảng 10 đến 20 phần trăm so với mức lương của những người lao động không tham gia công đoàn.

Lý do thứ ba của mức lương trên mức cân bằng được đề nghị bởi lý thuyết **mức lương hiệu quả**[3]. Lý thuyết này cho rằng một doanh nghiệp có khả năng tạo ra lợi nhuận để trả lương cao hơn bởi vì như vậy sẽ làm tăng năng suất của người lao động. Cụ thể, mức lương cao có thể làm giảm khả năng thay thế lao động, tăng nỗ lực của người lao động, và tăng chất lượng của những lao động muốn tìm công việc ở doanh nghiệp. Nếu lý thuyết này chính xác, một số doanh nghiệp sẽ chấp nhận trả lương cho người lao động cao hơn mức bình thường mà họ nhận được.

Mức lương trên mức cân bằng, bất kể là do luật mức lương tối thiểu, công đoàn, hoặc mức lương hiệu quả, có những tác động tương tự đến thị trường lao động. Cụ thể, đẩy mức lương lên trên mức cân bằng sẽ làm tăng lượng cung lao

---

1. **Công đoàn**: hiệp hội người lao động có vai trò đàm phán với chủ doanh nghiệp về mức lương và các điều kiện làm việc.
2. **Đình công**: hoạt động rời bỏ công việc tại doanh nghiệp, do công đoàn tổ chức.
3. **Mức lương hiệu quả:** mức lương trên mức cân bằng được doanh nghiệp trả để thúc đẩy năng suất lao động.

Bảng 2
Thu nhập trung vị hàng năm theo chủng tộc và giới tính

	Da trắng	Da đen	Thu nhập của người da đen thấp hơn
Nam giới	$47.370	$37.253	21%
Nữ giới	$36.198	$31.509	13%
Phần trăm thu nhập thấp hơn đối với lao động nữ giới	+24%	+15%	

Lưu ý: Dữ liệu thu nhập là của năm 2008, là thu nhập của một lao động toàn thời gian, làm việc cả năm với tuổi đời lớn hơn 14.

Nguồn: Cục Điều tra Nhân khẩu Hoa Kỳ

động và giảm lượng cầu lao động. Hệ quả là tạo ra một lượng lao động dư thừa, hay thất nghiệp. Nghiên cứu về thất nghiệp và các chính sách công nhằm mục tiêu giải quyết hiện tượng này được xem là một chủ đề trong kinh tế học vĩ mô, ngoài phạm vi của chương này. Tuy nhiên, sẽ là một thiếu sót nếu như chúng ta phớt lờ hoàn toàn những vấn đề này khi phân tích thu nhập. Mặc dù hầu hết những sự khác biệt mức lương có thể giải thích được với giả định thị trường lao động cân bằng, mức lương trên mức cân bằng đóng một vai trò trong nhiều trường hợp.

KIỂM TRA NHANH: *Định nghĩa chênh lệch lương và đưa ra một ví dụ.* • *Đưa ra hai lý do giải thích tại sao những người lao động có trình độ cao kiếm nhiều tiền hơn những người lao động có trình độ thấp.*

KINH TẾ HỌC VỀ PHÂN BIỆT ĐỐI XỬ

Một nguyên nhân khác của sự khác biệt mức lương là sự phân biệt đối xử. **Phân biệt đối xử**[1] xảy ra khi thị trường đưa ra các cơ hội khác nhau cho những cá nhân tương tự nhau, những người chỉ khác biệt về chủng tộc, dân tộc, giới tính, tuổi, và các đặc điểm cá nhân khác. Phân biệt đối xử phản ánh định kiến của một số người đối với một số nhóm người nhất định trong xã hội. Phân biệt đối xử là một chủ đề tranh luận mang tính cảm xúc và thường xuyên tạo ra tranh cãi quyết liệt, tuy nhiên các nhà kinh tế học đang cố gắng nghiên cứu chủ đề này một cách khách quan để làm sáng tỏ vấn đề.

Đo lường phân biệt đối xử trên thị trường lao động

Phân biệt đối xử trên thị trường lao động tác động bao nhiêu đến mức thu nhập của những nhóm người lao động khác nhau? Câu hỏi này quan trọng nhưng không dễ trả lời.

Không có gì để hoài nghi rằng các nhóm người lao động khác nhau có mức lương khác biệt nhau rất lớn, như Bảng 2 minh họa. Một người đàn ông da đen ở

1. **Phân biệt đối xử:** việc cung cấp những cơ hội khác nhau cho những cá nhân giống nhau, chỉ khác nhau về chủng tộc, giới tính, tuổi tác, hoặc những thuộc tính cá nhân khác.

Hoa Kỳ trung bình được trả lương ít hơn 21 phần trăm so với một người đàn ông da trắng, và một phụ nữ da đen trung bình được trả ít hơn 13 phần trăm so một phụ nữ da trắng. Sự khác biệt về giới tính cũng tạo ra chênh lệch lớn. Một người phụ nữ da trắng trung bình được trả ít hơn 24 phần trăm so với một lao động nam giới da trắng, và một người phụ nữ da đen trung bình được trả ít hơn 15 phần trăm so với một người đàn ông da đen trung bình. Phải công nhận rằng những sự khác biệt này giống như những bằng chứng cho thấy chủ doanh nghiệp phân biệt đối xử bất lợi cho người da đen và phụ nữ.

Tuy nhiên có một vấn đề tiềm ẩn với cách giải thích này. Thậm chí trên một thị trường lao động không có phân biệt đối xử, những người khác nhau cũng có các mức lương khác nhau. Con người khác nhau về mức độ vốn con người và tính chất công việc mà họ có khả năng và sẵn lòng đảm trách. Sự khác biệt mức lương chúng ta quan sát được trong nền kinh tế, trong một chừng mực nào đó, đóng góp đến các yếu tố quyết định mức lương cân bằng mà chúng ta đã thảo luận trong phần trước. Quan sát một cách đơn giản về sự khác biệt mức lương giữa các nhóm rộng lớn – da trắng và da đen, nam giới và nữ giới – không chứng minh được rằng chủ doanh nghiệp phân biệt đối xử.

Ví dụ, hãy xem xét vai trò của vốn con người. Trong số lao động nam giới, người da trắng có tỷ lệ có bằng đại học cao hơn 75 phần trăm so với người da đen. Vì vậy, ít nhất một số sự khác biệt về mức lương giữa người da trắng và người da đen có thể được gán cho sự khác biệt về việc đi học. Trong số những lao động da trắng, nam giới và nữ giới dường như có khả năng ngang nhau để có trình độ đại học, nhưng nam giới có tỷ lệ hoàn thành bằng cấp sau đại học hay đào tạo chuyên nghiệp sau khi tốt nghiệp đại học cao hơn nữ giới khoảng 11 phần trăm, điều này hàm ý rằng một số trường hợp khác biệt về mức lương giữa nam giới và nữ giới cũng được tạo ra bởi việc tham gia giáo dục.

Hơn thế nữa, vốn con người có thể còn quan trọng hơn cả số năm đi học trong việc giải thích sự chênh lệch mức lương. Các bằng chứng lịch sử cho thấy các trường công ở các khu vực mà chủ yếu dân cư là người da đen có chất lượng thấp hơn – được đo lường bởi chi tiêu cho giáo dục, quy mô lớp học, và các yếu tố khác – so với các trường công ở các khu vực có phần lớn người da trắng sinh sống. Tương tự, trong nhiều năm các trường đã hướng các nữ sinh tránh xa các khóa học khoa học và toán, thậm chí cho dù các ngành này có thể có giá trị trên thị trường hơn một số ngành khác. Nếu chúng ta có thể đo lường chất lượng cũng như số lượng giáo dục, sự khác biệt về vốn con người giữa các nhóm này thậm chí còn lớn hơn nữa.

Vốn con người dưới dạng kinh nghiệm làm việc cũng có thể giúp giải thích sự khác biệt mức lương. Cụ thể, nếu tính theo giá trị trung bình, phụ nữ có xu hướng có ít kinh nghiệm làm việc hơn so với nam giới. Một lý do là sự tham gia lực lượng lao động của nữ giới tăng lên trong vòng vài thập niên qua. Do sự thay đổi quan trọng này, một người lao động nữ trung bình ngày nay có tuổi đời trẻ hơn một lao động nam giới trung bình. Thêm vào đó, phụ nữ có khả năng tạm gác lại sự nghiệp của họ để dành thời gian sinh con. Với các lý do này, trung bình một lao động nữ có ít kinh nghiệm làm việc hơn một lao động nam.

Tuy nhiên, một nguyên nhân khác của sự khác biệt mức lương là chênh lệch lương. Nam giới và nữ giới không phải lúc nào lựa chọn loại hình công việc giống nhau, và thực tế này có thể giúp giải thích một số khác biệt thu nhập giữa nam giới và nữ giới. Ví dụ, nữ giới thường có nhiều khả năng là thư ký, và nam giới có nhiều khả năng là tài xế xe tải. Mức lương tương đối của thư ký và tài xế xe tải phụ thuộc một phần vào điều kiện làm việc của mỗi loại công việc. Bởi vì các khía cạnh phi tiền tệ khó đo lường được nên thật khó để đánh giá tầm quan trọng trên thực tế của chênh lệch lương trong việc giải thích sự khác biệt mức lương mà chúng ta quan sát được.

Cuối cùng, nghiên cứu về khác biệt mức lương giữa các nhóm không rút ra bất kỳ kết luận chắc chắn nào về mức độ phân biệt đối xử trên các thị trường lao động ở Hoa Kỳ. Hầu hết các nhà kinh tế học tin rằng một số khác biệt mức lương đã được quan sát có thể là do phân biệt đối xử, nhưng không có sự đồng thuận về mức độ phân biệt đối xử. Kết luận duy nhất mà các nhà kinh tế học cùng nhất trí là: Do sự khác biệt về mức lương trung bình giữa các nhóm người lao động một phần phản ánh sự khác biệt của vốn con người và các đặc tính của công việc, những khác biệt này tự nó không nói lên bất kỳ điều gì về mức độ phân biệt đối xử trên thị trường lao động.

Đương nhiên, khác biệt về vốn con người giữa các nhóm lao động có thể tự nó đã phản ánh phân biệt đối xử. Ví dụ, các trường hợp châm chước cho sinh viên nữ như đã đề cập có thể được xem là một hình thức phân biệt đối xử trên thực tế. Tương tự, các trường học kém chất lượng cho học sinh da đen có thể là do sự thiên vị của hội đồng thành phố và hội đồng trường. Tuy nhiên, loại phân biệt đối xử như vậy xảy ra từ lâu trước khi người lao động tham gia thị trường. Trong trường hợp này, vấn đề có tính chính trị, cho dù hiện tượng xảy ra mang tính kinh tế.

NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG *Có phải Emily có khả năng xin việc hơn Lakisha hay không?*

Mặc dù đo lường mức độ phân biệt đối xử trên thị trường lao động khó thực hiện, có một số bằng chứng thuyết phục cho thấy sự tồn tại của hiện tượng phân biệt đối xử như vậy đến từ "thí nghiệm thực địa" sáng tạo. Các nhà kinh tế học Marianne Bertrand và Sendhil Mullainathan đã trả lời hơn 1.300 mẫu quảng cáo tuyển dụng được đăng trên các báo ở Boston và Chicago bằng cách gửi cho các doanh nghiệp tuyển dụng khoảng gần 5.000 hồ sơ xin việc giả. Một nửa trong số hồ sơ này lấy tên người xin việc phổ biến trong cộng đồng người Mỹ gốc Phi, chẳng hạn như Lakisha Washington hoặc Jamal Jones. Một nửa hồ sơ còn lại có tên thường phổ biến hơn trong nhóm dân số da trắng, chẳng hạn như Emily Walsh và Greg Baker. Mặt khác, nội dung của các hồ sơ xin việc là tương đồng. Kết quả của thí nghiệm này đã được xuất bản trên *American Economic Review* vào tháng Chín năm 2004.

Các nhà nghiên cứu đã tìm thấy sự khác biệt đáng kể về cách thức mà chủ doanh nghiệp xem xét với hai nhóm hồ sơ xin việc này. Các ứng viên xin việc có tên của người da trắng nhận được phản hồi thể hiện sự quan tâm tuyển dụng của chủ doanh nghiệp cao hơn 50 phần trăm so với các ứng viên có tên của người Mỹ gốc Phi. Nghiên cứu đã tìm thấy phân biệt đối xử xảy ra ở tất cả các loại chủ doanh nghiệp, bao gồm cả những người đã cam kết về một "Cơ hội Công bằng" trong mẫu quảng cáo tuyển dụng của họ. Các nhà nghiên cứu kết luận rằng "phân biệt đối xử về chủng tộc vẫn là một hiện tượng phổ biến trên thị trường lao động." ■

Phân biệt đối xử của chủ doanh nghiệp

Bây giờ chúng ta chuyển từ phương pháp đo lường sang các yếu tố kinh tế dẫn dắt đến hành vi phân biệt đối xử trên thị trường lao động. Nếu một nhóm người trong xã hội nhận được mức lương thấp hơn một nhóm khác, thậm chí sau khi đã kiểm soát vốn con người và các đặc tính công việc, ai sẽ lên tiếng cho sự khác biệt này?

Câu trả lời là không rõ ràng. Dường như có thể chỉ trích chủ doanh nghiệp vì sự khác biệt mức lương do phân biệt đối xử. Nhưng suy cho cùng, chủ doanh nghiệp cũng chỉ đưa ra các quyết định tuyển dụng mà chính nó sẽ giúp hình thành cầu lao động và mức lương. Nếu một số nhóm lao động có mức lương thấp hơn so với khả năng mà họ nên có thì chủ doanh nghiệp phải có trách nhiệm trong chuyện này. Tuy nhiên, nhiều nhà kinh tế học tỏ ra hoài nghi nhận định đơn giản như vậy. Họ tin rằng chính trong các nền kinh tế thị trường, cạnh tranh đã có những liệu pháp vốn có để xóa bỏ phân biệt đối xử từ chủ doanh nghiệp. Liệu pháp đó được gọi là động cơ lợi nhuận.

Thử tưởng tượng một nền kinh tế mà người lao động được đánh giá bởi màu tóc. Những người có mái tóc vàng và những người có mái tóc đen có cùng kỹ năng, kinh nghiệm, và đạo đức làm việc. Tuy nhiên do phân biệt đối xử, chủ doanh nghiệp không thích tuyển dụng người lao động tóc vàng. Do vậy, cầu lao động tóc vàng thấp hơn mức nó nên có. Hệ quả là những người lao động tóc vàng có mức lương thấp hơn so với lao động tóc đen.

Sự khác biệt mức lương này có khả năng tồn tại bao lâu? Trong nền kinh tế như vậy, có một cách đơn giản để một doanh nghiệp đánh bại các đối thủ cạnh tranh: Nó có thể tuyển dụng những lao động tóc vàng. Khi tuyển dụng lao động tóc vàng, một doanh nghiệp sẽ trả mức lương thấp hơn và do đó có chi phí thấp hơn doanh nghiệp tuyển dụng lao động tóc đen. Theo thời gian, càng có nhiều doanh nghiệp "tóc vàng" gia nhập thị trường để giành lấy được lợi thế về mặt chi phí. Các doanh nghiệp "tóc đen" đang hiện hữu có chi phí cao hơn và do vậy bắt đầu tổn thất khi đối diện với các đối thủ cạnh tranh mới gia nhập ngành. Những tổn thất này sẽ làm cho các doanh nghiệp "tóc đen" rời bỏ khỏi ngành. Cuối cùng, sự gia nhập ngành của các doanh nghiệp "tóc vàng" và rời bỏ ngành của các doanh nghiệp "tóc đen" làm cho cầu lao động tóc vàng tăng lên và cầu lao động tóc đen giảm xuống. Quá trình này sẽ tiếp diễn cho đến khi sự khác biệt mức lương không còn tồn tại nữa.

Nhìn nhận một cách đơn giản, những chủ doanh nghiệp chỉ quan tâm đến việc kiếm tiền sẽ có lợi thế cạnh tranh hơn những chủ doanh nghiệp chỉ quan tâm đến phân biệt đối xử. Hệ quả là các doanh nghiệp không phân biệt đối xử có xu hướng thay thế các doanh nghiệp phân biệt đối xử. Theo cách này, các thị trường cạnh tranh đã có phương thuốc tự nhiên cho căn bệnh phân biệt đối xử của chủ doanh nghiệp.

NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG *Xe điện phân biệt đối xử và động cơ lợi nhuận*

Vào đầu thế kỷ 20, xe buýt ở nhiều thành phố miền Nam bị phân biệt đối xử theo chủng tộc. Các hành khách da trắng được ngồi ở đầu xe, và các hành khách da đen ngồi ở cuối xe. Bạn nghĩ yếu tố nào tạo nên và duy trì tình trạng phân biệt đối xử này? Và các doanh nghiệp điều hành xe buýt nhìn nhận tình trạng này như thế nào?

Trong một bài nghiên cứu được xuất bản vào năm 1986 trên *Journal of Economic History,* nhà sử học kinh tế Jennifer Roback xem xét các câu hỏi này. Roback tìm ra rằng phân biệt đối xử theo chủng tộc trên các xe buýt là kết quả của các đạo luật có yêu cầu phân biệt đối xử. Trước khi những đạo luật này được thông qua, phân biệt đối xử theo chủng tộc trong việc sắp xếp chỗ ngồi trên xe buýt rất hiếm xảy ra. Lúc đó, phân biệt đối xử giữa những người hút thuốc và không hút thuốc còn phổ biến hơn nhiều.

Hơn thế nữa, các doanh nghiệp vận hành xe buýt thường phản đối những đạo luật yêu cầu phân biệt đối xử chủng tộc. Cung cấp chỗ ngồi riêng biệt theo các chủng tộc khác nhau làm phát sinh chi phí và làm giảm lợi nhuận cho doanh nghiệp. Một vị quản lý công ty đường sắt phàn nàn với hội đồng thành phố rằng khi có các đạo luật phân biệt đối xử, "công ty của chúng tôi phải gánh chịu cả đống không gian trống trên xe."

Dưới đây là cách mà Roback mô tả tình huống tại một thành phố ở miền Nam:

Công ty đường sắt không sáng tạo ra chính sách phân biệt đối xử và hoàn toàn không ủng hộ những đạo luật này. Quy định nhà nước, quan điểm công chúng, và đe dọa tống giam chủ tịch công ty đường sắt là những thứ gây ra sự phân biệt đối xử chủng tộc trên xe... Không có bất kỳ biểu hiện nào cho thấy hệ thống quản lý bị thúc đẩy bởi niềm tin về quyền dân sự hay công bằng giữa các chủng tộc. Các bằng chứng cho thấy động cơ hàng đầu của các doanh nghiệp là kinh tế; phân biệt đối xử chỉ làm tốn kém chi phí của doanh nghiệp thôi... Các quan chức công ty có thể thích hoặc không thích người da đen, nhưng họ không muốn từ bỏ lợi nhuận chỉ để duy trì một định kiến như vậy.

Câu chuyện về xe buýt ở miền Nam minh họa một bài học phổ biến: Chủ doanh nghiệp thường quan tâm đến việc tạo ra lợi nhuận hơn là phân biệt đối xử chống lại một nhóm nào đó. Khi các doanh nghiệp có hành vi phân biệt đối xử trên thực tế, nguyên nhân then chốt cho phân biệt đối xử thường không do chính doanh nghiệp gây ra mà ở nguyên nhân khác. Trong trường hợp cụ thể như vậy,

các công ty xe buýt đối xử khác biệt giữa người da trắng và người da đen bởi vì luật phân biệt đối xử yêu cầu họ phải làm như vậy, ngay cả khi họ không muốn. ■

Phân biệt đối xử do khách hàng và chính phủ

Động cơ lợi nhuận là một lực mạnh giúp xóa bỏ sự khác biệt mức lương do phân biệt đối xử, nhưng vẫn có những giới hạn đối với mức độ chính xác của nó. Hai yếu tố giới hạn quan trọng là sự ưa thích của khách hàng và chính sách của chính phủ.

Để xem sự ưa thích của khách hàng về phân biệt đối xử ảnh hưởng đến mức lương như thế nào, chúng ta xem xét lại lần nữa ví dụ về nền kinh tế giả định với lao động tóc vàng và tóc đen. Giả sử các chủ nhà hàng phân biệt đối xử bất lợi cho người lao động tóc vàng khi tuyển dụng nhân viên phục vụ. Kết quả là nhân viên phục vụ tóc vàng có mức lương thấp hơn nhân viên phục vụ tóc đen. Trong trường hợp này, nhà hàng có thể lựa chọn người lao động tóc vàng và tốn chi phí ít hơn. Nếu khách hàng chỉ quan tâm đến chất lượng và giá của bữa ăn thì các doanh nghiệp phân biệt đối xử sẽ bị loại khỏi ngành, và sự khác biệt mức lương rồi sẽ biến mất.

Mặt khác, khách hàng cũng có thể thích được nhân viên tóc đen phục vụ. Nếu sự ưa thích mang tính phân biệt đối xử như vậy là rất mạnh thì việc gia nhập ngành của các nhà hàng tóc vàng không chắc sẽ giúp xóa bỏ sự khác biệt mức lương giữa nhân viên tóc đen và nhân viên tóc vàng. Điều này có nghĩa là nếu khách hàng có sở thích phân biệt đối xử, thị trường cạnh tranh sẽ tồn tại song hành với sự khác biệt mức lương do phân biệt đối xử. Một nền kinh tế tồn tại phân biệt đối xử như vậy sẽ có hai kiểu nhà hàng. Các nhà hàng tóc vàng tuyển dụng nhân viên phục vụ tóc vàng, có chi phí thấp hơn, và đưa ra mức giá dịch vụ thấp hơn. Các nhà hàng tóc đen tuyển dụng nhân viên tóc đen, có chi phí cao hơn, và đưa ra mức giá dịch vụ cao hơn. Những khách hàng người không quan tâm về màu tóc của nhân viên phục vụ sẽ lựa chọn mức giá thấp hơn ở các nhà hàng tóc vàng. Những khách hàng bảo thủ sẽ đi đến các nhà hàng tóc đen và sẽ trả cho sở thích phân biệt đối xử của họ một mức giá cao hơn.

Một cách khác làm cho phân biệt đối xử tồn tại dai dẳng trên thị trường cạnh tranh là chính phủ áp đặt tình trạng phân biệt đối xử. Ví dụ nếu chính phủ thông qua một đạo luật yêu cầu người tóc đen có thể làm công việc rửa chén ở các nhà hàng nhưng không được làm nhân viên phục vụ, khi đó một sự khác biệt mức lương có thể tồn tại trên thị trường cạnh tranh. Ví dụ về xe buýt phân biệt đối xử trong phần nghiên cứu tình huống ở bên trên là một ví dụ về sự phân biệt đối xử do chính phủ áp đặt. Gần đây hơn, trước khi Nam Phi xóa bỏ hệ thống phân biệt chủng tộc, người da đen bị cấm làm một số công việc. Các chính phủ phân biệt đối xử thông qua các đạo luật như thế nhằm triệt tiêu các yếu tố cân bằng thường có của thị trường cạnh tranh và tự do.

Tóm lại: *Thị trường cạnh tranh có giải pháp vốn có để giải quyết vấn đề phân biệt đối xử của chủ doanh nghiệp. Sự gia nhập ngành của các doanh nghiệp quan tâm đến lợi nhuận có xu hướng loại bỏ sự khác biệt mức lương do phân biệt đối xử. Những sự khác biệt mức lương này tồn tại dai dẳng trên các thị trường cạnh tranh*

chỉ khi khách hàng sẵn lòng trả để duy trì thực trạng phân biệt đối xử hay khi chính phủ áp đặt luật phân biệt đối xử.

NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG

Phân biệt đối xử trong thể thao

Như chúng ta đã biết, đo lường phân biệt đối xử thường là một công việc khó khăn. Để xác định có hay không một nhóm lao động bị phân biệt đối xử bất lợi, một nhà nghiên cứu phải hiệu chỉnh sự khác biệt về năng suất giữa nhóm lao động này và nhóm lao động khác trong nền kinh tế. Tuy nhiên, trong hầu hết các doanh nghiệp, thật khó đo lường đóng góp của một người lao động nào đó đến sản xuất hàng hóa và dịch vụ.

Một loại hình doanh nghiệp có thể thực hiện những hiệu chỉnh như thế một cách khá đơn giản là các câu lạc bộ thể thao. Các câu lạc bộ thể thao chuyên nghiệp sử dụng các phương pháp khách quan để đo lường năng suất. Lấy ví dụ trong môn bóng chày, chúng ta có thể đo lường tỷ lệ đánh trúng bóng của một cầu thủ, tần suất của các cú đánh bóng không dừng, số lần đoạt được bóng từ đối phương, và các thông số khác.

Các nghiên cứu về các câu lạc bộ thể thao cho thấy phân biệt đối xử theo chủng tộc mang tính phổ biến trên thực tế và phần lớn là do khán giả. Một nghiên cứu, được xuất bản trên *Journal of Labor Economics* vào năm 1988, xem xét mức lương của cầu thủ bóng rổ và phát hiện cầu thủ da đen kiếm được thu nhập ít hơn 20 phần trăm so với cầu thủ da trắng với năng lực tương tự. Nghiên cứu này cũng cho biết tần suất tham gia các trận bóng rổ cao hơn đối với các câu lạc bộ có tỷ lệ cầu thủ da trắng cao hơn. Một cách giải thích cho hiện tượng này là ít nhất tại thời điểm nghiên cứu, phân biệt đối xử của khán giả làm cho các cầu thủ da đen ít sinh lời hơn cho các câu lạc bộ chủ quản so với các cầu thủ da trắng. Do sự phân biệt đối xử của khán giả, một sự chênh lệch mức lương phân biệt đối xử có thể tồn tại dai dẳng, ngay cả khi các câu lạc bộ chủ quản chỉ quan tâm đến lợi nhuận.

Một tình huống tương tự đã từng xảy ra đối với các cầu thủ bóng chày. Một nghiên cứu sử dụng số liệu vào đầu những năm 1960 cho thấy các cầu thủ da đen kiếm ít tiền hơn so với các cầu thủ da trắng một cách tương đối. Hơn thế nữa, số lượng người hâm mộ đến xem các trận đấu có cầu thủ ném bóng da đen thi đấu ít hơn so với các trận đấu có cầu thủ ném bóng da trắng thi đấu, thậm chí là trong cả trường hợp các cầu thủ ném bóng da đen có thành tích xuất sắc hơn so với các cầu thủ ném bóng da trắng. Tuy nhiên, các nghiên cứu về lương trong môn bóng chày gần đây lại không tìm thấy bằng chứng gì về sự khác biệt mức lương do phân biệt đối xử.

Một nghiên cứu khác, được xuất bản trên *Quarterly Journal of Economics* vào năm 1990, tìm hiểu giá thị trường ảnh của các cầu thủ bóng chày. Nghiên cứu này tìm ra bằng chứng tương tự về phân biệt đối xử. Ảnh của các cầu thủ đánh bóng da đen được bán với giá thấp hơn 10 phần trăm so với ảnh của các cầu thủ da trắng tương tự, và ảnh của cầu thủ ném bóng da đen được bán với giá thấp hơn 13 phần trăm so với ảnh của các cầu thủ ném bóng da trắng tương tự. Kết quả

này cho thấy sự tồn tại của phân biệt đối xử do khán giả ở những người hâm mộ bóng chày. ■

KIỂM TRA NHANH: *Tại sao khó biết được một nhóm người lao động có đang bị phân biệt đối xử bất lợi hay không? • Giải thích các doanh nghiệp tối đa hóa lợi nhuận có xu hướng xóa bỏ sự khác biệt mức lương do phân biệt đối xử như thế nào. • Sự khác biệt mức lương do phân biệt đối xử tồn tại dai dẳng như thế nào?*

KẾT LUẬN

Trên thị trường cạnh tranh, người lao động có mức lương bằng với giá trị đóng góp biên cho sản xuất hàng hóa và dịch vụ. Tuy nhiên, có nhiều yếu tố tác động đến giá trị sản lượng biên. Doanh nghiệp trả lương cao hơn cho những người lao động tài năng hơn, siêng năng hơn, nhiều kinh nghiệm hơn, và có trình độ cao hơn bởi vì những người lao động này sẽ tạo ra năng suất cao hơn. Doanh nghiệp trả lương ít hơn cho những người lao động mà khách hàng không thích vì những lao động này đóng góp ít hơn vào thu nhập.

Lý thuyết thị trường lao động phát triển trong hai chương vừa rồi giải thích được lý do tại sao một số người lao động có mức lương cao hơn những người khác. Lý thuyết không phát biểu rằng sự phân phối thu nhập là công bằng, bình đẳng, hay đáng mong muốn. Đó là chủ đề mà chúng ta xem xét trong Chương 20.

TÓM TẮT

- Người lao động có mức lương khác nhau do nhiều nguyên nhân. Trong một chừng mực nào đó, chênh lệch lương bù đắp cho người lao động theo các đặc tính công việc. Trong điều kiện các yếu tố khác không đổi, người lao động làm những công việc khó nhọc, không thoải mái được trả lương cao hơn so với những người lao động tham gia các công việc dễ dàng, thoải mái.
- Người lao động có vốn con người cao hơn được trả lương cao hơn so với những lao động có ít vốn con người. Lợi ích của vốn con người tích lũy là cao và ngày càng tăng lên trong hai thập niên qua.
- Mặc dù số năm đi học, kinh nghiệm, và đặc điểm công việc ảnh hưởng đến thu nhập như lý thuyết đã dự báo, vẫn có nhiều sự khác biệt về thu nhập không thể giải thích được bởi các yếu tố mà các nhà kinh tế học có thể đo lường. Sự khác biệt không thể giải thích được về thu nhập có thể phần lớn là do khả năng thiên bẩm, nỗ lực, và cơ hội.
- Một số nhà kinh tế học cho rằng người lao động có trình độ giáo dục cao hơn có mức lương cao hơn không phải do giáo dục làm tăng năng suất mà do người lao động với khả năng thiên bẩm cao có khả năng sử dụng giáo dục như là một cách thức để cung cấp thông tin về khả năng tiềm năng cho

chủ doanh nghiệp. Nếu lý thuyết cung cấp thông tin là đúng thì gia tăng tham gia giáo dục cho tất cả mọi người lao động sẽ không làm tăng mức lương chung.

- Mức lương đôi khi bị đẩy cao hơn mức cân bằng của cung và cầu. Ba lý do cho sự tồn tại mức lương trên điểm cân bằng là luật mức lương tối thiểu, công đoàn, và mức lương hiệu quả.
- Một số khác biệt về thu nhập có thể được tạo ra bởi phân biệt đối xử về chủng tộc, giới, hay các yếu tố khác. Tuy nhiên, đo lường mức độ phân biệt đối xử là khó khăn bởi vì phải điều chỉnh cho sự khác biệt về vốn con người và các đặc tính công việc.
- Thị trường cạnh tranh có xu hướng giới hạn tác động của phân biệt đối xử đến mức lương. Nếu mức lương của một nhóm người lao động thấp hơn mức lương của một nhóm người lao động khác với những lý do nào đó không liên quan đến sản lượng biên, thì các doanh nghiệp không có hành vi phân biệt đối xử có khả năng tạo lợi nhuận cao hơn các doanh nghiệp có hành vi phân biệt đối xử. Do đó, hành vi tối đa hóa lợi nhuận có thể làm giảm sự khác biệt mức lương do phân biệt đối xử. Tuy nhiên, phân biệt đối xử tồn tại trên thị trường cạnh tranh nếu khách hàng sẵn lòng trả nhiều hơn cho các doanh nghiệp có hành vi phân biệt đối xử hoặc nếu chính phủ thông qua luật yêu cầu các doanh nghiệp phân biệt đối xử.

KHÁI NIỆM THEN CHỐT

Chênh lệch lương	compensating differentials
Vốn con người	human capital
Công đoàn	union
Đình công	strike
Mức lương hiệu quả	efficiency wage
Phân biệt đối xử	discrimination

CÂU HỎI ÔN TẬP

1. Những điều kiện nào để trở thành các siêu sao kinh tế? Bạn có cho rằng sẽ có nha sĩ siêu sao hay không? Siêu sao âm nhạc? Giải thích.
2. Giáo dục có thể làm tăng mức lương của một người lao động mà không làm tăng năng suất của người lao động đó như thế nào?
3. Theo cách tiếp cận nào thì giáo dục là một loại vốn?
4. Tại sao những công nhân ở các mỏ than được trả lương cao hơn những công nhân khác có số năm đi học tương tự?

5. Những khó khăn nào phát sinh khi xác định sự tồn tại tình trạng một nhóm người lao động có mức lương thấp hơn do phân biệt đối xử?
6. Hãy đưa ra ba lý do để mức lương của một người lao động có thể cao hơn mức lương tại điểm cân bằng cung và cầu.
7. Hãy đưa ra một ví dụ minh họa cách thức phân biệt đối xử có thể tồn tại dai dẳng trên một thị trường cạnh tranh.
8. Có phải những áp lực về cạnh tranh kinh tế có xu hướng làm trầm trọng thêm hoặc cải thiện tình trạng phân biệt đối xử về chủng tộc?

BÀI TẬP VÀ ỨNG DỤNG

1. Như giải thích trong Chương 6, luật mức lương tối thiểu làm biến dạng thị trường lao động lương thấp. Để giảm biến dạng này, một số nhà kinh tế học đề xuất hệ thống mức lương tối thiểu hai bậc, với mức lương tối thiểu thông thường cho người lao động trưởng thành và một mức lương tối thiểu đặc biệt và thấp hơn dành cho lao động thanh thiếu niên. Hãy đưa ra hai lý do để mức lương tối thiểu duy nhất có thể làm biến dạng thị trường lao động thanh thiếu niên trầm trọng hơn so với thị trường lao động dành cho người lao động trưởng thành.
2. Sinh viên đại học thường làm việc vào thời gian nghỉ hè cho các doanh nghiệp tư nhân hay cho chính phủ. Nhiều vị trí công việc được trả lương thấp hoặc không có gì cả.
   a. Đâu là chi phí cơ hội cho một công việc như vậy?
   b. Giải thích tại sao sinh viên sẵn lòng làm những việc như vậy.
   c. Nếu bạn so sánh giữa những sinh viên đi thực tập và những sinh viên làm việc kiếm tiền vào các mùa hè, bạn nghĩ rằng lương sau này của nhóm nào cao hơn?
3. Ở một số đại học hay cao đẳng, các giáo sư kinh tế học nhận mức lương cao hơn các giáo sư một số chuyên ngành khác.
   a. Tại sao lại như vậy?
   b. Một số đại học và cao đẳng có chính sách trả lương như nhau cho các giáo sư ở tất cả các ngành. Ở một số trường học, giáo sư kinh tế học có khối lượng công việc giảng dạy nhẹ hơn các giáo sư ở một số ngành khác. Sự khác biệt về khối lượng giảng dạy đóng vai trò gì ở đây?
4. Một khám phá quan trọng của kinh tế học lao động là người lao động có nhiều kinh nghiệm hơn trong lực lượng lao động được trả lương cao hơn những người lao động có ít kinh nghiệm (tổng thời gian đi học chính thức như nhau). Tại sao điều này lại có thể xảy ra? Một vài nghiên cứu cũng đã tìm ra rằng kinh nghiệm cho cùng công việc (gọi là *sự trưởng thành công việc*) tạo ra thêm tác động tích cực đến mức lương. Giải thích.

5. Khi thiết bị ghi âm được phát minh khoảng 100 năm về trước, các nhạc sĩ đột nhiên có thể cung ứng sản phẩm âm nhạc đến đông đảo thính giả với mức chi phí thấp. Bạn cho rằng sự phát triển này tác động đến thu nhập của nhạc sĩ xuất sắc nhất như thế nào? Bạn cho rằng sự phát triển này tác động đến thu nhập của các nhạc sĩ trung bình như thế nào?
6. Hãy tưởng tượng một số người nào đó đưa cho bạn một lựa chọn: Bạn có thể dành bốn năm học ở một đại học danh giá bậc nhất thế giới, nhưng bạn sẽ giữ thông tin tham gia học ở đó như một bí mật. Hoặc bạn có thể được nhận tấm bằng tốt nghiệp chính thức từ đại học danh giá bậc nhất thế giới nhưng bạn lại không hề đi học trên thực tế. Lựa chọn nào bạn nghĩ rằng sẽ giúp làm tăng thu nhập của bạn trong tương lai nhiều hơn? Đâu là câu trả lời của bạn cho tranh cãi xung quanh vai trò cung cấp thông tin và vốn con người của giáo dục?
7. Khi Alan Greenspan (người sau này trở thành Cục trưởng Cục Dự trữ Liên bang) mở một doanh nghiệp tư vấn kinh tế trong những năm 1960, ông chủ yếu tuyển dụng các nhà kinh tế học nữ. Ông ấy đã từng phát biểu trên *New York Times* rằng "Tôi thường đánh giá nam giới và nữ giới ngang bằng nhau, và tôi đã tìm ra rằng bởi vì những người khác không như vậy, các nhà kinh tế học nữ xuất sắc thường rẻ hơn so với nam giới." Hành vi của Greenspan có phải là tối đa hóa lợi nhuận hay không? Hành vi này có đáng được mong muốn hay là đê hèn? Nếu càng nhiều chủ doanh nghiệp giống Greenspan, điều gì sẽ xảy ra với sự khác biệt mức lương giữa nam giới và nữ giới? Tại sao các doanh nghiệp tư vấn kinh tế khác tại thời điểm đó không đi theo chiến lược kinh doanh của Greenspan?
8. Tranh luận hiện tại về giáo dục là giáo viên có nên được trả lương theo một cách thức trả lương chuẩn chỉ dựa trên số năm đào tạo và kinh nghiệm giảng dạy, hay là một phần lương của họ nên dựa trên kết quả công việc (được gọi là "trả lương theo thành tích").
   a. Tại sao trả lương theo thành tích có thể là đáng mong muốn?
   b. Những ai có thể phản đối hệ thống trả lương theo thành tích?
   c. Thách thức tiềm năng cho trả lương theo thành tích là gì?
   d. Một vấn đề liên quan: Tại sao trường học ở một quận có thể quyết định trả lương cho giáo viên cao hơn rất nhiều so với các quận xung quanh?
9. Chương này xem xét kinh tế học phân biệt đối xử do chủ doanh nghiệp, khách hàng, và chính phủ. Bây giờ hãy xem xét phân biệt đối xử do người lao động. Giả sử những người lao động có màu tóc đen không thích làm việc với người lao động có mái tóc màu vàng. Bạn có nghĩ rằng phân biệt đối xử của người lao động kiểu này có thể giải thích được sự tồn tại mức lương thấp hơn cho người lao động tóc vàng? Nếu sự khác biệt về lương tồn tại, một doanh nghiệp tối đa hóa lợi nhuận sẽ làm gì? Nếu có nhiều doanh nghiệp như vậy, điều gì sẽ xảy ra theo thời gian?
10. Giả sử tất cả phụ nữ trẻ tuổi đều được định hướng làm các công việc như thư ký, y tá, và giáo viên; tại cùng thời điểm các nam giới trẻ tuổi được

khuyến khích xem xét ba loại hình nghề nghiệp và cũng như nhiều nghề nghiệp khác.

a. Hãy vẽ một đồ thị minh họa thị trường lao động cho nhóm công việc thư ký, y tá, và giáo viên. Hãy vẽ một đồ thị khác minh họa thị trường lao động cho tất cả các ngành nghề khác. Mức lương trên thị trường nào cao hơn? Nam giới hay nữ giới nhận được mức lương cao hơn?

b. Bây giờ giả sử xã hội thay đổi và khuyến khích cả nữ giới và nam giới trẻ tuổi sẵn lòng tham gia làm tất cả các nghề nghiệp. Theo thời gian, sự thay đổi này gây ra những tác động nào đến mức lương trên cả hai thị trường mà bạn minh họa trong Câu (a)? Sự thay đổi này gây ra những tác động nào đến mức lương trung bình của cả nam giới và nữ giới?

Để biết thêm thông tin về chủ đề của chương này, hãy ghé thăm website của chúng tôi tại *www.cengage.com/international* để xem thêm bài tập, ứng dụng, ví dụ, các bài kiểm tra trực tuyến và các nội dung khác.

20

BẤT BÌNH ĐẲNG THU NHẬP VÀ NGHÈO

Mary Colum đã từng nói với Ernest Hemingway: "Sự khác biệt duy nhất giữa người giàu và những người khác là người giàu có nhiều tiền hơn." Rất có thể như vậy. Tuy nhiên, phát biểu này lại đặt ra nhiều câu hỏi chưa có câu trả lời. Khoảng cách giữa người giàu và người nghèo là một chủ đề nghiên cứu thú vị và quan trọng – để người giàu thoải mái hơn, để người nghèo đổi đời, và để tầng lớp trung lưu bớt lo lắng và thêm tham vọng vươn lên.

Trong hai chương trước, bạn đã biết một số nguyên nhân những người khác nhau có thu nhập khác nhau. Thu nhập của một người phụ thuộc vào cung và cầu cho loại lao động mà người đó cung ứng trên thị trường, và thu nhập lại phụ thuộc vào khả năng bẩm sinh, vốn con người, sự chênh lệch lương, phân biệt đối xử, và các yếu tố khác. Bởi vì thu nhập của người lao động chiếm khoảng ba phần tư tổng thu nhập của toàn nền kinh tế Hoa Kỳ, các yếu tố quyết định mức lương sẽ đóng vai trò quan trọng trong việc quyết định tổng thu nhập của nền kinh tế được phân phối ra sao đến các thành viên trong xã hội. Nói cách khác, các yếu tố này quyết định ai là người giàu, ai là người nghèo.

Trong chương này, chúng ta sẽ thảo luận về vấn đề phân phối thu nhập – một chủ đề đặt ra nhiều câu hỏi quan trọng về vai trò của chính sách kinh tế. Một trong *Mười Nguyên lý của Kinh tế học* ở Chương 1 là chính phủ trong một số trường hợp có khả năng cải thiện được kết quả của thị trường. Vai trò này của chính phủ đặc biệt quan trọng khi thực hiện phân phối thu nhập. Bàn tay vô hình của thị trường là công cụ phân bổ nguồn lực một cách hiệu quả, tuy nhiên nó lại không nhất thiết đảm bảo rằng nguồn lực xã hội được phân bổ một cách công bằng. Kết quả là nhiều nhà kinh tế học – không phải là tất cả - cho rằng chính phủ nên thực hiện tái phân phối thu nhập để xã hội bình đẳng hơn. Tuy nhiên, để thực hiện được điều này, chính phủ phải áp dụng một nguyên lý khác trong *Mười Nguyên lý của Kinh tế học*: Con người đối diện với sự đánh đổi. Khi chính phủ luật hóa được các chính sách để phân phối thu nhập bình đẳng hơn, điều này sẽ làm thay đổi động cơ, thay đổi hành vi, và làm cho việc phân bổ nguồn lực kém hiệu quả hơn.

Thảo luận của chúng ta về phân phối thu nhập được thực hiện theo ba bước. Đầu tiên, chúng ta đánh giá xem mức độ bất bình đẳng tồn tại trong xã hội là bao

Bảng 1
Phân phối thu nhập ở Hoa Kỳ 2008

Nhóm	Thu nhập hộ gia đình hàng năm
Nhóm một phần năm nghèo nhất	Dưới $27.800
Nhóm một phần năm thứ hai	$27.800-$49.325
Nhóm một phần năm trung bình	$49.325-$75.000
Nhóm một phần năm thứ tư	$75.000-$113.205
Nhóm một phần năm giàu nhất	$113.205 trở lên
Nhóm 5 phần trăm giàu nhất	$200.000 trở lên

Nguồn: Cục Điều tra Nhân khẩu Hoa Kỳ.

nhiêu. Thứ hai, chúng ta xem xét một số quan điểm khác nhau về việc chính phủ nên đóng vai trò như thế nào trong việc thay đổi phân phối thu nhập. Thứ ba, chúng ta thảo luận các chính sách công khác nhau nhằm cải thiện cuộc sống của những thành viên nghèo khó nhất trong xã hội.

ĐO LƯỜNG BẤT BÌNH ĐẲNG

Chúng ta bắt đầu nghiên cứu về phân phối thu nhập bằng việc giải quyết bốn câu hỏi có tính định lượng như sau:

- Xã hội bất bình đẳng đến mức nào?
- Có bao nhiêu người nghèo?
- Những vấn đề gì phát sinh khi đo lường bất bình đẳng?
- Người ta có thường thay đổi tầng lớp thu nhập không?

Những câu hỏi mang tính chất định lượng này là xuất phát điểm quan trọng cho việc thảo luận các chính sách công nhằm làm thay đổi phân phối thu nhập.

Bất bình đẳng thu nhập ở Hoa Kỳ

Hãy tưởng tượng rằng bạn đang sắp xếp tất cả các hộ gia đình trong nền kinh tế theo thu nhập hàng năm. Sau đó bạn chia các hộ gia đình thành năm nhóm bằng nhau: nhóm một phần năm nghèo nhất, nhóm một phần năm thứ hai, nhóm một phần năm trung bình, nhóm một phân năm thứ tư, và nhóm một phần năm giàu nhất. Bảng 1 minh họa mức thu nhập cho từng nhóm và nhóm 5 phần trăm giàu nhất trong xã hội. Bạn có thể sử dụng bảng này để biết gia đình mình nằm ở nhóm nào trong bảng phân phối thu nhập.

Để nghiên cứu sự khác biệt trong phân phối thu nhập theo thời gian, các nhà kinh tế học khéo léo thể hiện dữ liệu thu nhập như trong Bảng 2. Bảng này cho biết tỷ trọng tổng thu nhập của mỗi nhóm hộ gia đình qua các năm. Vào năm 2008, nhóm một phần năm các hộ gia đình nghèo nhất nhận được khoảng 4 phần trăm tổng thu nhập, và nhóm giàu nhất nhận được 47,8 phần trăm tổng thu nhập. Nói cách khác, thậm chí là khi số hộ gia đình trong các nhóm một phần năm nghèo nhất và giàu nhất là bằng nhau, nhóm một

Bảng 2

Bất bình đẳng thu nhập ở Hoa Kỳ

Bảng này minh họa phần trăm tổng thu nhập trước thuế của các hộ gia đình trong mỗi nhóm ngũ phân vị và của các hộ gia đình trong nhóm 5 phần trăm giàu nhất.

Năm	Nhóm một phần năm nghèo nhất	Nhóm một phần năm thứ hai	Nhóm một phần năm trung vị	Nhóm một phần năm thứ tư	Nhóm một phần năm giàu nhất	Nhóm năm phần trăm giàu nhất
2008	4,0%	9,6%	15,5%	23,1%	47,8%	20,5%
2000	4,3	9,8	15,5	22,8	47,4	20,8
1990	4,6	10,8	16,6	23,8	44,3	17,4
1980	5,2	11,5	17,5	24,3	41,5	15,3
1970	5,5	12,2	17,6	23,8	40,9	15,6
1960	4,8	12,2	17,8	24,0	41,3	15,9
1950	4,5	12,0	17,4	23,4	42,7	17,3
1935	4,1	9,2	14,1	20,9	51,7	26,5

Nguồn: Cục Điều tra Nhân khẩu Hoa Kỳ.

phần năm giàu nhất có thu nhập cao gấp mười hai lần thu nhập của nhóm nghèo nhất.

Cột cuối cùng trong bảng cho biết tỷ trọng trong tổng thu nhập mà các hộ gia đình giàu có nhất trong xã hội nhận được. Vào năm 2008, nhóm 5 phần trăm hộ gia đình giàu nhất nhận được 20,5 phần trăm tổng thu nhập, và con số này lớn hơn tổng thu nhập của 40 phần trăm những người nghèo nhất xã hội.

Bảng 2 cũng minh họa phân phối thu nhập ở nhiều năm khác nhau bắt đầu từ năm 1935. Trong cột đầu tiên, phân phối thu nhập cho thấy tính ổn định khá lớn theo thời gian. Xuyên suốt một nhiều thập niên qua, nhóm một phần năm các hộ gia đình nghèo nhất nhận được khoảng 4 đến 5 phần trăm tổng thu nhập, trong khi nhóm một phần năm giàu nhất nhận được khoảng 40 đến 50 phần trăm tổng thu nhập. Xem xét kỹ hơn bảng này sẽ biết được một số xu thế về mức độ bất bình đẳng. Từ năm 1935 đến 1970, phân phối này trở nên công bằng hơn một cách đều đặn. Tỷ trọng của nhóm một phần năm nghèo nhất tăng từ 4,1 đến 5,5 phần trăm, và tỷ trọng của nhóm một phần năm giàu nhất giảm từ 51,7 phần trăm xuống còn 40,9 phần trăm. Càng về sau, xu thế này lại tự đảo chiều. Từ năm 1970 đến năm 2008, tỷ trọng thu nhập của nhóm một phần năm nghèo nhất giảm từ 5,5 xuống 4,0 phần trăm, và tỷ trọng thu nhập của một phần năm những người giàu nhất tăng từ 40,9 đến 47,8 phần trăm.

Trong Chương 19, chúng ta đã đưa ra một số giải thích cho xu hướng bất bình đẳng gia tăng trong thời gian gần đây. Việc tăng thương mại quốc tế với các quốc gia có mức lương thấp và thay đổi công nghệ có xu hướng làm giảm cầu lao động có trình độ thấp và tăng cầu lao động có trình độ cao. Kết quả là mức lương của những lao động có trình độ thấp giảm tương đối so với mức lương của lao động có trình độ cao, và sự thay đổi tương đối về mức lương như thế này làm tăng bất bình đẳng về thu nhập của các hộ gia đình.

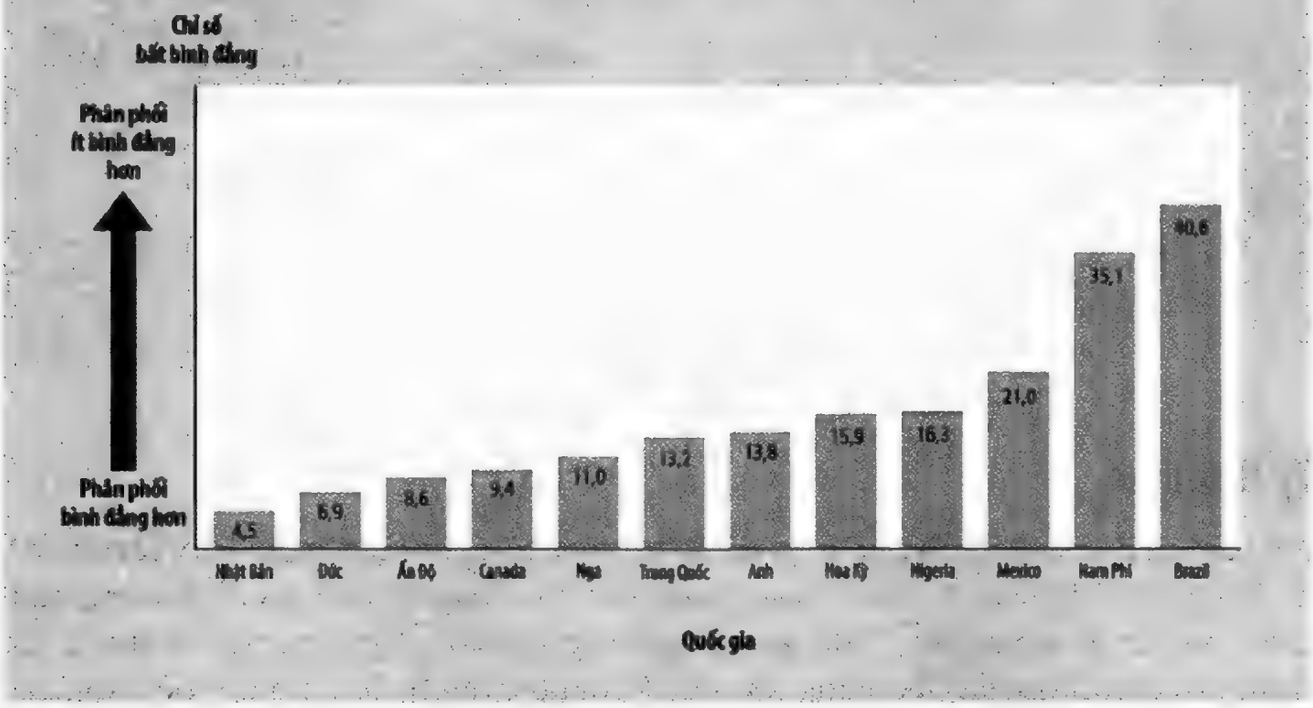
Bất bình đẳng trên thế giới

Làm thế nào để so sánh mức độ bất bình đẳng ở Hoa Kỳ với các nước khác? Câu hỏi này thú vị nhưng trả lời được nó là cả một vấn đề. Nhiều quốc gia không có

Hình 1
Bất bình đẳng trên thế giới

Nguồn: Báo cáo phát triển con người 2009.

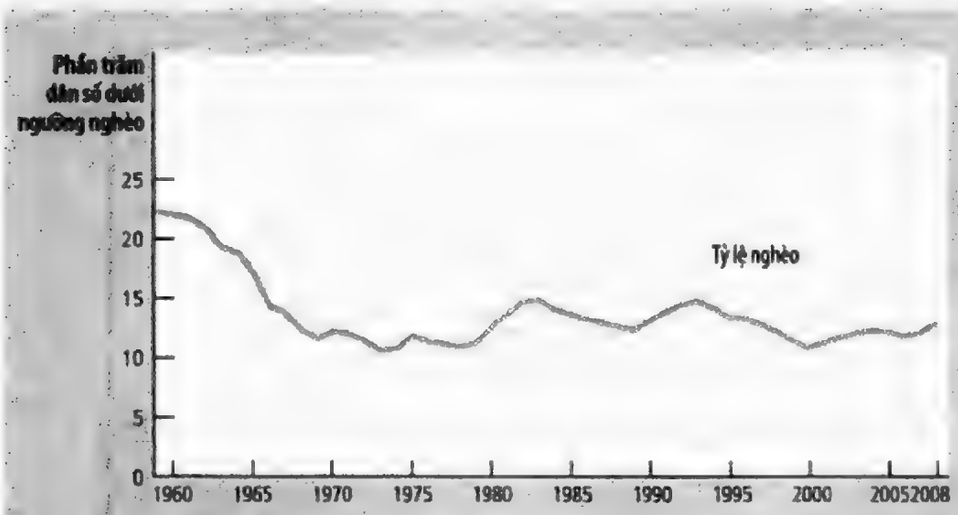
Hình này minh họa một phương pháp đo lường bất bình đẳng: thu nhập (hay chi tiêu) của 10 phần trăm dân số giàu nhất được chia cho thu nhập (chi tiêu) của 10 phần trăm nghèo nhất. Trong số các quốc gia này, Nhật Bản và Đức có phân phối phúc lợi kinh tế công bằng nhất, trong khi đó Nam Phi và Brazil ít công bằng nhất.



dữ liệu. Thậm chí là khi có dữ liệu, không phải tất cả các quốc gia đều thu thập dữ liệu theo cùng một phương pháp; ví dụ, một số nước thu thập dữ liệu thu nhập cá nhân, trái lại các quốc gia khác thu thập dữ liệu thu nhập hộ gia đình, và lại có một số quốc gia khác nữa thu thập dữ liệu về chi tiêu thay vì thu nhập. Kết quả là bất cứ khi nào chúng ta phát hiện ra một sự khác biệt giữa hai quốc gia, chúng ta có thể sẽ không bao giờ dám chắc rằng đó là sự khác biệt thật sự giữa hai nền kinh tế hay đơn thuần chỉ là kết quả của sự khác biệt trong phương pháp thu thập dữ liệu.

Hãy ghi nhớ điều này. Bây giờ hãy xem xét bất bình đẳng ở mười hai quốc gia ở Hình 1. Chỉ số bất bình đẳng đo lường bằng tỷ số giữa thu nhập của nhóm 10 phần trăm dân số giàu nhất và thu nhập của nhóm mười phần trăm nghèo nhất. Bình đẳng cao nhất là Nhật Bản, nơi mà nhóm mười phần trăm người giàu nhất có mức thu nhập bằng 4,5 lần nhóm mười phần trăm người nghèo nhất. Ít bình đẳng nhất là ở Brazil, nơi mà nhóm mười phần trăm người giàu nhận được 40,6 lần mức thu nhập của nhóm mười phần trăm nghèo nhất. Mặc dù tất cả các quốc gia đều có sự chênh lệch lớn giữa người giàu và người nghèo, mức độ bất bình đẳng có sự khác biệt lớn trên thế giới.

Trong nhóm những quốc gia được xếp hạng bất bình đẳng, Hoa Kỳ có vị trí trung bình. Hoa Kỳ có mức bất bình đẳng về thu nhập lớn hơn so với các quốc gia có nền kinh tế phát triển khác, như Nhật Bản, Đức, và Canada. Tuy nhiên, Hoa Kỳ lại có phân phối thu nhập công bằng hơn so với nhiều quốc gia đang phát triển, chẳng hạn Nam Phi, Brazil, và Mexico.



Hình 2
Tỷ lệ nghèo

Tỷ lệ nghèo cho biết phần trăm dân số có mức thu nhập thấp hơn một mức tuyệt đối được gọi là ngưỡng nghèo.

Nguồn: Cục điều tra nhân khẩu Hoa Kỳ.

Tỷ lệ nghèo

Một chỉ số được sử dụng phổ biến để đo lường phân phối thu nhập là **tỷ lệ nghèo**[1]. Tỷ lệ nghèo là tỷ lệ phần trăm dân số có mức thu nhập của hộ gia đình hằng năm dưới một mức tuyệt đối được gọi là **ngưỡng nghèo**[2]. Ngưỡng nghèo được xác định bởi chính quyền liên bang tại mức khoảng bằng ba lần chi phí để cung cấp cho một bữa ăn tối thiểu. Ngưỡng nghèo này được điều chỉnh hàng năm tùy theo sự thay đổi mức giá, và tùy vào quy mô hộ gia đình.

Để có được ý tưởng về những gì tỷ lệ nghèo cho chúng ta biết, hãy xem xét dữ liệu vào năm 2008. Vào năm đó, trung bình mỗi hộ gia đình có mức thu nhập khoảng 61.521 đô la, và ngưỡng nghèo cho một hộ gia đình có bốn người là 22.025 đô la. Tỷ lệ nghèo vào khoảng 13,2 phần trăm. Hay nói cách khác, 13,2 phần trăm dân số là thành viên của những gia đình có mức thu nhập dưới ngưỡng nghèo theo quy mô gia đình họ.

Hình 2 minh họa tỷ lệ nghèo từ năm 1959, khi mà dữ liệu chính thống xuất hiện. Bạn có thể thấy rằng tỷ lệ nghèo giảm từ 22,4 phần trăm vào năm 1959 xuống còn khoảng 11,1 phần trăm vào năm 1973. Sự sụt giảm này không đáng ngạc nhiên bởi vì mức thu nhập trung bình trong nền kinh tế (đã được hiệu chỉnh theo lạm phát) tăng hơn 50 phần trăm trong suốt giai đoạn này. Do ngưỡng nghèo là một con số tuyệt đối hơn là tiêu chuẩn tương đối, nhiều hộ gia đình đã vượt lên trên ngưỡng nghèo khi tăng trưởng kinh tế thúc đẩy toàn bộ bảng phân phối thu nhập theo hướng đi lên. Như John F. Kennedy đã từng đề cập, một làn sóng dâng cao đẩy mọi con tàu cùng lên cao.

Tuy nhiên, kể từ đầu những năm 1970, làn sóng nhô cao của nền kinh tế đã để lại một số con tàu phía sau. Mặc cho mức thu nhập bình quân tiếp tục tăng trưởng, tỷ lệ nghèo lại không giảm xuống như đã đạt được vào năm 1973. Việc

1. **Tỷ lệ nghèo**: phần trăm dân số có thu nhập gia đình dưới ngưỡng nghèo.
2. **Ngưỡng nghèo**: mức thu nhập tuyệt đối do chính quyền liên bang xác định cho các hộ gia đình với số người trong hộ khác nhau, mà ở dưới mức đó, hộ gia đình được xem là nghèo.

Bảng 3
Ai là người nghèo

Bảng này cho thấy tỷ lệ nghèo rất khác nhau giữa các nhóm dân số khác nhau.

Nhóm	Tỷ lệ nghèo
Tất cả	13.2%
Da trắng, không phải gốc Tây Ban Nha	8.6
Da đen	24.7
Gốc Tây Ban Nha	23.2
Gốc Á	11.8
Trẻ em (dưới 18 tuổi)	19.0
Người già (trên 64)	9.7
Gia đình có đầy đủ vợ chồng	5.5
Gia đình phụ nữ trụ cột đơn thân	31.4

Nguồn: Cục Điều tra Nhân khẩu Hoa Kỳ. Dữ liệu năm 2008.

không có tiến triển trong cuộc chiến giảm nghèo những thập niên gần đây có mối quan hệ chặt chẽ với bất bình đẳng ngày một gia tăng như chúng ta đã thấy ở Bảng 2. Mặc dù tăng trưởng kinh tế đã làm tăng mức thu nhập của một hộ gia đình trung bình, gia tăng bất bình đẳng đã không cho các hộ gia đình nghèo nhất cùng chia sẻ sự thịnh vượng chung.

Nghèo là một vấn đề kinh tế quan trọng tác động đến mọi nhóm dân, nhưng nó lại không tác động đến các nhóm theo cùng mức độ. Bảng 3 cho thấy tỷ lệ nghèo ở một số nhóm, và nó bộc lộ ba đặc điểm nổi bật:

- Nghèo có tương quan với chủng tộc. Những người da đen và người gốc Tây Ban Nha có khả năng nghèo cao hơn gấp ba lần so với người da trắng.
- Nghèo có tương quan với tuổi. Trẻ em thường có khả năng là thành viên của gia đình nghèo cao hơn trung bình, và người già ít khả năng nghèo hơn mức trung bình.
- Nghèo có tương quan với cấu trúc hộ gia đình. Những gia đình có chủ hộ là phụ nữ đơn thân có khả năng nghèo cao hơn sáu lần so với gia đình có chủ hộ là một cặp vợ chồng.

Ba đặc điểm này mô tả xã hội Hoa Kỳ trong nhiều năm, và nó cũng cho biết giai tầng nào có khả năng nghèo cao hơn. Những tác động này cũng có thể song hành với nhau: Trong số trẻ em da đen và gốc Tây Ban Nha trong những hộ gia đình có chủ hộ là nữ giới đơn thân, có một nửa là nghèo.

Các vấn đề trong Đo lường Bất bình đẳng

Mặc dù dữ liệu về phân phối thu nhập và tỷ lệ nghèo giúp chúng ta đưa ra được một số ý tưởng về mức độ bất bình đẳng trong xã hội, nhưng giải thích những dữ liệu này không phải lúc nào cũng dễ dàng. Dữ liệu dựa trên thu nhập hàng năm của hộ gia đình. Tuy nhiên những gì mà mọi người quan tâm không chỉ là thu nhập, mà còn khả năng duy trì một mức sống tốt. Vì ít nhất ba lý do, dữ liệu về phân phối thu nhập và tỷ lệ nghèo đưa ra một bức tranh không hoàn chỉnh về bất bình đẳng theo mức sống.

Chuyển nhượng dưới dạng hàng hóa Đo lường về phân phối thu nhập và tỷ lệ nghèo được dựa trên thu nhập bằng tiền của hộ gia đình. Tuy nhiên,

thông qua các chương trình chính phủ khác nhau, người nghèo nhận được nhiều hiện vật phi tiền tệ, bao gồm tem thực phẩm, phiếu nhà ở, và các dịch vụ y tế. Chuyển nhượng đến người nghèo theo hình thức hàng hóa và dịch vụ thay vì tiền mặt được gọi là **chuyển nhượng dưới dạng hàng hóa**[1]. Phương pháp đo lường chuẩn về mức độ bất bình đẳng không tính đến những chuyển nhượng bằng hàng hóa này.

Bởi vì chuyển nhượng bằng hàng hóa là dành cho hầu hết các hộ gia đình nghèo nhất trong xã hội, việc không đưa vào những chuyển nhượng bằng hàng hóa này như là một phần thu nhập sẽ ảnh hưởng đáng kể đến tỷ lệ nghèo được đo lường. Theo một nghiên cứu của Cục Điều tra dân số, nếu những chuyển nhượng bằng hàng hóa được tính vào trong thu nhập theo giá thị trường của nó, số hộ gia đình sống trong điều kiện nghèo sẽ giảm đi 10 phần trăm so với kết quả từ dữ liệu thông thường.

Vòng đời Kinh tế Thu nhập trong đời mỗi người thay đổi theo một cách có thể dự báo được. Một người lao động trẻ tuổi, đặc biệt là người còn đang đi học, có mức thu nhập thấp. Thu nhập tăng khi người lao động trưởng thành và có nhiều kinh nghiệm, đạt đỉnh điểm vào khoảng 50 tuổi, và sau đó giảm đột ngột khi người lao động nghỉ hưu ở tuổi 65. Hình mẫu phổ biến của dòng thu nhập như vậy được gọi là **vòng đời**[2].

Bởi vì con người có thể vay mượn và tiết kiệm để duy trì tính ổn định của vòng đời thu nhập, tiêu chuẩn sống của họ ở bất kỳ thời điểm nào phụ thuộc nhiều vào thu nhập vòng đời hơn là thu nhập tại chính thời điểm đó. Người trẻ tuổi thường vay mượn có lẽ là để đi học hoặc mua nhà, và sau này sẽ trả lại các khoản vay khi thu nhập của họ tăng lên. Mọi người thường có tỷ lệ tiết kiệm cao nhất ở độ tuổi trung niên. Họ có thể tiết kiệm để phòng hờ cho thời gian nghỉ hưu, do đó sự sụt giảm đáng kể mức thu nhập vào lúc nghỉ hưu không nhất thiết phải làm giảm mức sống một cách tương ứng. Hình mẫu vòng đời phổ biến như thế này tạo nên bất bình đẳng trong phân phối thu nhập hàng năm, tuy nhiên nó lại không nhất thiết phản ánh bất bình đẳng thực tế về mức sống.

Thu nhập tạm thời và Thu nhập thường xuyên Thu nhập thay đổi trong cuộc đời của mỗi người không chỉ bởi vì biến thiên vòng đời có thể dự báo được mà còn bởi vì các yếu tố mang tính tạm thời và ngẫu nhiên. Vào một năm sương mù làm thiệt hại mùa cam ở Florida, người trồng cam ở Florida đối diện với mức thu nhập giảm tạm thời. Tại cùng thời điểm đó, chính sương mù ở Florida đã đẩy giá cam tăng lên nhanh chóng, và người trồng cam ở California thấy thu nhập của họ tạm thời tăng lên. Năm tới điều ngược lại có thể xảy ra.

---

1. **Chuyển nhượng dưới dạng hàng hóa**: chuyển nhượng cho người nghèo dưới hình thức hàng hóa và dịch vụ chứ không phải tiền.
2. **Vòng đời**: xu hướng dao động thông thường về thu nhập trong suốt cuộc đời một con người.

Khi mà mọi người có thể vay mượn để duy trì tính ổn định của vòng đời thu nhập, họ cũng có thể vay mượn để giữ tính ổn định của mức thu nhập tạm thời. Trong một chừng mực nào đó, một hộ gia đình tiết kiệm vào năm làm ăn thuận lợi và vay mượn (hoặc là sử dụng tiền tiết kiệm) trong những năm mất mùa, thay đổi thu nhập tạm thời không nhất thiết tác động đến mức sống của hộ gia đình. Khả năng chi trả của hộ gia đình cho hàng hóa và dịch vụ phụ thuộc phần lớn vào **thu nhập thường xuyên**[1], đó thường là mức thu nhập phổ biến, hay bình quân, của hộ gia đình.

Để đánh giá về bất bình đẳng trong tiêu chuẩn sống, phân phối thu nhập thường xuyên phù hợp hơn so với phân phối thu nhập hàng năm. Nhiều nhà kinh tế học tin rằng con người tiêu dùng dựa trên thu nhập thường xuyên; hệ quả là bất bình đẳng trong tiêu dùng là một cơ sở để đo lường bất bình đẳng của thu nhập thường xuyên. Bởi vì thu nhập và tiêu dùng thường xuyên ít bị ảnh hưởng bởi sự thay đổi của thu nhập tạm thời, nó thường được phân phối công bằng hơn so với thu nhập hiện tại.

NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG *Các phương pháp thay thế đo lường bất bình đẳng*

Một nghiên cứu vào năm 2008 của Michael Cox và Richard Alm của *Cục Dự trữ liên bang* tại Dallas cho thấy các phương pháp đo lường bất bình đẳng khác nhau dẫn đến các kết quả khác nhau rất lớn. Cox và Alm so sánh các hộ gia đình ở Hoa Kỳ trong nhóm một phần năm hộ giàu nhất theo phân phối thu nhập với những hộ gia đình trong nhóm một phần năm nghèo nhất để thấy được chênh lệch giàu nghèo giữa các nhóm này.

Theo Cox và Alm, một phần năm hộ gia đình giàu có nhất Hoa Kỳ vào năm 2006 có mức thu nhập khoảng 149.963 đô la, trong khi một phần năm nghèo nhất có mức thu nhập trung bình là 9.974 đô la. Vì vậy, nhóm giàu nhất bằng 15 lần thu nhập của nhóm nghèo nhất.

Chênh lệch giữa người giàu và người nghèo được thu hẹp một chút nếu tính đến thuế. Bởi vì hệ thống thuế mang tính lũy tiến, nhóm giàu nhất chịu một thuế suất bình quân cao hơn so với nhóm nghèo nhất. Cox và Alm tìm ra rằng nhóm một phần năm người giàu nhất có thu nhập cao hơn 14 lần thu nhập sau thuế của nhóm một phần năm nghèo nhất.

Chênh lệch giàu nghèo được thu hẹp đáng kể khi chúng ta xem xét về mặt tiêu dùng hơn là thu nhập. Những hộ gia đình có một năm thành công bất thường thì thường có khả năng rơi vào nhóm giàu nhất và thường tiết kiệm một phần lớn hơn từ thu nhập của họ. Còn các hộ gia đình nào phải đối diện với một năm làm ăn thất bát bất thường có nhiều khả năng rơi vào nhóm nghèo nhất và thường có xu hướng tiêu dùng cả khoản tiết kiệm. Theo Cox và Alms, tiêu dùng của nhóm

1. **Thu nhập thường xuyên**: thu nhập thường nhật của một người.

một phần năm người giàu nhất chỉ bằng 3,9 lần mức tiêu dùng của nhóm một phần năm nghèo nhất.

Khoảng cách về tiêu dùng càng ngày càng thu hẹp chỉ khi có ai đó điều chỉnh được sự khác biệt về số người trong hộ gia đình. Bởi vì các gia đình có quy mô lớn hơn thường có nhiều hơn hai người có thu nhập nên họ có nhiều khả năng tiến về nhóm giàu nhất hơn. Tuy nhiên, họ cũng có tới ba miệng ăn trong nhà. Cox và Alms cho biết các hộ gia đình trong nhóm một phần năm giàu nhất có quy mô trung bình của hộ là 3,1 người, trong khi các hộ gia đình thuộc nhóm một phần năm nghèo nhất có quy mô trung bình 1,7 người. Kết quả là tiêu dùng bình quân đầu người trong nhóm các hộ gia đình giàu nhất chỉ bằng 2,1 lần tiêu dùng bình quân đầu người trong nhóm một phần năm nghèo nhất.

Những dữ liệu này cho thấy bất bình đẳng về mức sống vật chất nhỏ hơn nhiều so với bất bình đẳng theo thu nhập hàng năm. ■

Biến động kinh tế

Mọi người thường bàn về "người giàu" và "người nghèo" cứ như là những nhóm này chỉ bao gồm các hộ gia đình không đổi trong nhiều năm. Trên thực tế điều này không xảy ra. Biến động kinh tế, sự thay đổi của người dân trong các nhóm thu nhập khác nhau, là rất phổ biến trong nền kinh tế Hoa Kỳ. Bước lên nấc mới trong thang thu nhập có thể do may mắn hoặc lao động cần cù, và rơi xuống nấc thang thấp trong thang thu nhập có thể do kém may mắn hoặc lười biếng. Một số biến động như vậy phản ánh sự thay đổi mức thu nhập tạm thời, trong khi số khác phản ánh mức thay đổi thu nhập thường xuyên.

Do biến động kinh tế là rất lớn, nhiều người nằm dưới ngưỡng nghèo đói một cách tạm thời. Nghèo đói là một vấn đề dài hạn đối với một số ít gia đình. Trong khoảng 10 năm, một trong số bốn hộ gia đình sẽ rơi xuống ngưỡng nghèo ít nhất là một năm. Tuy nhiên chưa tới 3 phần trăm các hộ gia đình nghèo trong vòng ít nhất tám năm. Bởi vì nhiều khả năng những người nghèo tạm thời và người nghèo thường xuyên phải đối diện với những vấn đề khác nhau, các chính sách nhằm giải quyết nghèo đói cần khác biệt giữa hai nhóm này.

Một cách khác để đánh giá biến động kinh tế là xem xét tính nhất quán của thành công kinh tế từ thế hệ này sang thế hệ khác. Các nhà kinh tế học nghiên cứu chủ đề này đã tìm ra rằng thu nhập trên mức trung bình truyền từ các thế hệ cha mẹ đến thế hệ con cái, tuy nhiên khả năng duy trì mức thu nhập này là không hoàn hảo, ngụ ý sự biến động lớn giữa các giai tầng xã hội theo thu nhập. Nếu một ông bố kiếm được 20 phần trăm cao hơn mức thu nhập trung bình trong cùng thế hệ, con trai của ông ấy sẽ có nhiều khả năng kiếm được 8 phần trăm mức thu nhập cao hơn so với mức trung bình của thế hệ nó. Chỉ có một sự tương quan nhỏ giữa thu nhập của ông bà với thu nhập của cháu.

Một kết quả của biến động kinh tế lớn là nền kinh tế Hoa Kỳ có nhiều triệu phú làm giàu từ hai bàn tay trắng (cũng như những người thừa kế thường phí phạm vận may thừa kế của mình). Theo một nghiên cứu, có khoảng một phần năm các triệu phú kiếm tiền bằng năng lực của họ, thường khởi nghiệp và phát

triển kinh doanh theo sự thăng tiến trong doanh nghiệp. Chỉ có một phần năm các triệu phú là người được thừa kế.

KIỂM TRA NHANH: *Phương pháp nào đo lường tỷ lệ nghèo đói? Mô tả ba vấn đề tiềm năng khi diễn giải tỷ lệ nghèo đói?*

TRIẾT LÝ CHÍNH TRỊ VỀ TÁI PHÂN PHỐI THU NHẬP

Chúng ta vừa biết cách thức thu nhập trong nền kinh tế được phân phối như thế nào và xem xét một số vấn đề phát sinh khi giải thích sự bất bình đẳng được đo lường. Thảo luận này mang *tính thực chứng* theo ý nghĩa đơn thuần là mô tả thế giới đang tồn tại. Bây giờ chúng ta chuyển sang câu hỏi mang *tính chuẩn tắc* mà các nhà hoạch định chính sách phải đối diện: Chính phủ nên làm gì để giải quyết vấn đề bất bình đẳng?

Câu hỏi này không chỉ thuộc phạm vi kinh tế học. Phân tích kinh tế tự nó không thể cho chúng ta biết chính phủ có nên cố gắng làm cho xã hội bình đẳng hơn hay không. Quan điểm của chúng ta về vấn đề này, trong một chừng mực nào đó, thuộc phạm vi của triết lý chính trị. Tuy nhiên, bởi vì vai trò của chính phủ về tái phân phối thu nhập có vị trí trung tâm trong các cuộc tranh luận về chính sách kinh tế, nên ở đây chúng ta đi xa phạm vi của khoa học kinh tế để xem xét một số kiến thức về triết lý chính trị.

Chủ nghĩa thỏa dụng

Trường phái thống trị trong triết lý chính trị là **chủ nghĩa thỏa dụng**[1]. Những người sáng lập chủ nghĩa thỏa dụng là những triết gia người Anh Jeremy Bentham (1748-1832) và John Stuart Mill (1806-1873). Nhìn chung, mục tiêu của chủ nghĩa thỏa dụng là áp dụng những logic về việc ra quyết định của các cá nhân cho các vấn đề liên quan đến khía cạnh đạo đức và chính sách công.

Xuất phát điểm của chủ nghĩa thỏa dụng là khái niệm về **độ thỏa dụng**[2] – mức độ hạnh phúc hay thỏa mãn mà một người nhận được trong những tình huống cụ thể. Độ thỏa dụng là một cách đo lường phúc lợi, và theo các nhà nghiên cứu, chủ nghĩa thỏa dụng là mục tiêu cơ bản của tất cả các quyết định công và tư nhân. Họ cũng cho rằng mục tiêu ưu tiên của chính phủ là tối đa hóa tổng thỏa dụng từ các cá nhân riêng lẻ trong xã hội.

Trường hợp của những cá nhân theo đuổi chủ nghĩa thỏa dụng về tái phân phối thu nhập được dựa trên giả định *thỏa dụng biên giảm dần*. Có vẻ phù hợp khi cho rằng với một đô la tăng thêm đối với người nghèo đem lại độ thỏa dụng tăng thêm lớn hơn so với một đô la tăng thêm cho người giàu. Hay nói cách khác, khi thu nhập của một người tăng lên, phúc lợi tăng thêm có được từ một đô la

1. **Chủ nghĩa thỏa dụng**: triết lý chính trị cho rằng chính phủ nên tối đa hóa tổng mức thỏa dụng của các cá nhân trong xã hội.
2. **Độ thỏa dụng**: số đo mức độ hạnh phúc hay thỏa mãn.

tăng thêm giảm xuống. Giả định quan trọng này cùng với mục tiêu tối đa hóa tổng thỏa dụng của người theo chủ nghĩa thỏa dụng hàm ý rằng chính phủ nên tạo ra phân phối thu nhập công bằng hơn.

Lập luận hết sức đơn giản. Hãy tưởng tượng Peter và Paul đều giống nhau, ngoại trừ việc Peter kiếm được 80.000 đô la và Paul có thu nhập 20.000 đô la. Trong trường hợp này, lấy một đô la của Peter đưa cho Paul sẽ làm giảm thỏa dụng của Peter và làm tăng thỏa dụng của Paul. Nhưng do thỏa dụng biên giảm dần, độ thỏa dụng của Peter giảm ít hơn so với mức tăng trong thỏa dụng của Paul. Vì vậy, phương án tái phân phối thu nhập này làm tăng tổng thỏa dụng, đó là mục tiêu của những người theo chủ nghĩa thỏa dụng.

Đầu tiên, người theo chủ nghĩa thỏa dụng lập luận theo hướng chính phủ nên tiếp tục tái phân phối thu nhập cho đến khi mỗi cá nhân trong xã hội có mức thu nhập hoàn toàn bằng nhau. Thật ra trường hợp như vậy xảy ra với điều kiện tổng thu nhập – 100.000 đô la trong ví dụ của chúng ta, được cố định. Tuy nhiên thực tế không phải như vậy. Những người theo chủ nghĩa thỏa dụng bác bỏ công bằng hóa thu nhập tuyệt đối bởi vì họ chấp nhận một trong *Mười Nguyên lý của Kinh tế học* như ở Chương 1: Con người phản ứng với các động cơ.

Để lấy tiền của Peter để cho Paul, chính phủ phải theo đuổi chính sách tái phân phối thu nhập. Thuế thu nhập liên bang ở Hoa Kỳ và hệ thống phúc lợi là những ví dụ. Với những chính sách như vậy, người nào có thu nhập cao sẽ phải trả tiền thuế cao, và những người có thu nhập thấp sẽ nhận được những khoản chuyển giao thu nhập. Tuy nhiên, nếu chính phủ áp dụng mức thuế thu nhập cao hơn hay thực hiện những khoản chuyển nhượng để lấy đi những khoản thu nhập tăng thêm mà một người kiếm được, cả Peter và Paul sẽ giảm động cơ làm việc chăm chỉ. Khi họ làm việc ít đi, thu nhập của cả xã hội giảm, và cũng làm giảm tổng thỏa dụng. Chính phủ theo đuổi chủ nghĩa thỏa dụng phải cân bằng giữa lợi ích có được do mức độ bình đẳng tăng lên và tổn thất phát sinh do động cơ bị biến dạng. Vì vậy, để tối đa hóa tổng thỏa dụng, chính phủ phải xóa bỏ ý định biến xã hội theo hướng chủ nghĩa bình quân.

Một câu chuyện ngụ ngôn nổi tiếng minh họa rất rõ ràng logic của người theo chủ nghĩa thỏa dụng. Hãy tưởng tượng rằng Peter và Paul là những du hành gia rất khát nước đang bị lạc ở những nơi khác nhau trên sa mạc. Ốc đảo nơi Peter bị lạc có rất nhiều nước; trong khi ốc đảo của Paul lại có một ít. Nếu chính phủ có thể vận chuyển nước từ một ốc đảo sang một ốc đảo khác mà không tốn chi phí, việc này có thể giúp tối đa hóa tổng thỏa dụng từ nước bằng cách cân bằng lượng nước ở hai ốc đảo. Tuy nhiên giả sử rằng chính phủ chỉ có một cái thùng nước bị rò rỉ. Khi chính phủ thực hiện vận chuyển nước từ ốc đảo này sang ốc đảo khác, một lượng bị hao hụt trong quá trình chuyển giao. Trong trường hợp này, một chính phủ theo đuổi chủ nghĩa thỏa dụng có thể vẫn cố gắng chuyển một ít nước từ chỗ của Peter sang ốc đảo của Paul, tùy thuộc vào mức độ khát nước của Paul và mức độ rò rỉ của thùng chứa nước. Nhưng nếu chỉ có một thùng chứa nước mà lại bị rò rỉ, một chính phủ theo đuổi chủ nghĩa thỏa dụng sẽ sớm từ bỏ ý định cào bằng.

Chủ nghĩa tự do

Cách thứ hai để suy nghĩ về bất bình đẳng có thể được gọi là **chủ nghĩa tự do**[1]. Triết gia John Rawls phát triển quan điểm này trong quyển *Lý thuyết về Công bằng*. Quyển sách này được xuất bản lần đầu tiên vào năm 1971, và nhanh chóng trở thành một tác phẩm kinh điển trong triết lý chính trị.

Rawls bắt đầu với tiền đề về thể chế, luật pháp và chính sách mà một xã hội nên có. Sau đó ông đã đặt ra vấn đề quan trọng: Bằng cách nào mà chúng ta, các thành viên của xã hội, có thể nhất trí về khái niệm công bằng? Dường như rõ ràng là quan điểm của mỗi người sẽ được dựa trên những điều kiện cụ thể của chính người đó – có tài năng hay không, siêng năng hay lười biếng, trình độ cao hay thấp, sinh ta trong một gia đình giàu có hay nghèo khổ. Liệu chúng ta có thể xác định một cách khách quan khái niệm về một xã hội công bằng?

Để trả lời câu hỏi này, Rawls đưa ra một thí nghiệm tư duy như sau. Giả sử trước khi chúng ta sinh ra, chúng ta cùng sống trong cùng một nơi gọi là kiếp trước (phiên bản cuộc sống trước khi sinh, trái ngược với kiếp sau) để gặp gỡ thảo luận về việc thiết kế những quy định để quản lý xã hội. Với mục tiêu này, chúng ta bỏ qua những ý nghĩ về điểm kết thúc cuộc đời của mỗi người. Theo ngôn từ của Rawls, chúng ta đang ở một "vị trí ban đầu" đằng sau "bức màn vô minh." Tại vị trí ban đầu này, Rawls lập luận, chúng ta có thể lựa chọn chỉ một tập hợp các quy định xã hội bởi vì chúng ta phải xem xét cách thức những quy định này tác động đến các thành viên trong xã hội. Như Rawls đã đề cập, "Bởi vì tất cả chúng ta có những điều kiện giống nhau và không một ai có thể tạo ra các nguyên lý có lợi cho điều kiện cụ thể của người đó, nguyên tắc về công bằng là kết quả của quá trình thỏa ước hay đàm phán công bằng." Việc thiết kế các chính sách công và thể chế theo cách như vậy cho phép chúng ta tạo ra sự khách quan cho những chính sách được lựa chọn.

Sau đó Rawls xem xét chính sách công được thiết kế ẩn đằng sau "bức màn vô minh" là sẽ hướng đến những mục tiêu nào. Cụ thể, chúng ta xem xét một sự phân phối thu nhập mà một người cho là công bằng nếu người đó không biết anh ta sẽ là người giàu nhất, nghèo nhất, hay trung lưu trong các giai tầng của phân phối thu nhập. Rawls lập luận rằng một người ở vị trí ban đầu sẽ được đặc biệt chú ý về khả năng rơi vào nhóm những người nghèo nhất trong phân phối thu nhập. Vì vậy, khi thiết kế các chính sách công chúng ta đặt mục tiêu làm tăng phúc lợi của người nghèo nhất trong xã hội. Điều này có nghĩa là thay vì tối đa hóa tổng thỏa dụng của mọi người, như những người theo chủ nghĩa thỏa dụng theo đuổi, Rawls muốn tối đa hóa mức thỏa dụng thấp nhất trong xã hội. Quy luật mà Rawls đề ra được gọi là **tiêu chí tối đa hóa phúc lợi nhóm người nghèo**[2].

---

1. **Chủ nghĩa tự do:** triết lý trong chính trị theo đó chính phủ nên lựa chọn những chính sách được cho là công bằng bởi những người quan sát không thiên vị ra quyết định đằng sau "bức màn vô minh", một tình huống giả định mà ở đó người quyết định không biết trước được mình sẽ ở vị trí nào trong các giai tầng phân phối thu nhập.
2. **Tiêu chí tối đa hóa phúc lợi nhóm người nghèo**: đề xuất cho rằng chính phủ nên tập trung tối đa hóa phúc lợi của nhóm người nghèo nhất trong xã hội.

Bởi vì tiêu chí tối đa hóa phúc lợi nhóm người nghèo tập trung cải thiện phúc lợi của người kém may mắn nhất trong xã hội, nó khẳng định các chính sách công phải đạt được được sự công bằng trong phân phối thu nhập. Thông qua việc chuyển giao thu nhập từ người giàu sang người nghèo, xã hội làm tăng phúc lợi cho người kém may mắn nhất. Tuy nhiên, tiêu chí tối đa hóa phúc lợi người nghèo sẽ không dẫn đến một xã hội theo chủ nghĩa bình quân tuyệt đối. Nếu một chính phủ hứa hẹn về công bằng hóa thu nhập một cách tuyệt đối, con người sẽ không còn động cơ làm việc chăm chỉ, tổng thu nhập của cả xã hội vì vậy sẽ giảm sút đáng kể, và người kém may mắn nhất trong xã hội sẽ càng tồi tệ hơn. Do đó, tiêu chí tối đa hóa phúc lợi nhóm người nghèo vẫn chấp nhận sự chênh lệch về thu nhập vì chính sự chênh lệch đó giúp thúc đẩy động cơ và do đó làm tăng khả năng giúp đỡ người nghèo của xã hội. Tuy nhiên, bởi vì triết lý của Rawls đặt trọng tâm về những người kém may mắn trong xã hội nên nó kêu gọi tái phân phối thu nhập nhiều hơn so với chủ nghĩa thỏa dụng.

Quan điểm của Rawls gây tranh cãi, nhưng thí nghiệm tư duy mà ông để ra lại rất đáng quan tâm. Cụ thể, thí nghiệm tư duy này cho phép chúng ta xem xét phân phối thu nhập như là một hình thức của **bảo hiểm xã hội**[1]. Tức là, từ quan điểm khi ở vị trí ban đầu đằng sau "bức màn vô minh", tái phân phối thu nhập giống như một chính sách bảo hiểm. Những người sở hữu nhà mua bảo hiểm hỏa hoạn để bảo vệ chính họ khi có hỏa hoạn xảy ra cho ngôi nhà của mình. Tương tự, khi chọn các chính sách đánh thuế vào người giàu để bổ sung thu nhập cho người nghèo, chúng ta đang bảo hiểm cho chính mình để đối phó với khả năng trở thành những người nghèo trong xã hội. Do con người không thích rủi ro nên chúng ta nên cảm thấy hạnh phúc khi được sinh ra trong một xã hội có cung cấp cho chúng ta các dịch vụ bảo hiểm.

Tuy nhiên, không phải tất cả mọi người đều đồng ý rằng những người duy lý đằng sau "bức màn vô minh" sẽ thực sự là người rất không thích rủi ro khi theo đuổi tiêu chí tối đa hóa phúc lợi nhóm người nghèo. Thật ra, bởi vì một người ở vị trí ban đầu có thể rơi vào bất kỳ vị trí nào trong phân phối thành quả, anh ấy hay cô ấy có thể đánh đồng khả năng xảy ra của tất cả các phương án khi thiết kế các chính sách công. Trong trường hợp này, chính sách tốt nhất đằng sau "bức màn vô minh" sẽ là tối đa hóa hữu dụng trung bình của các thành viên trong xã hội, và khái niệm công bằng cuối cùng sẽ giống như người theo chủ nghĩa thỏa dụng hơn là người theo quan điểm của Rawls.

Chủ nghĩa tự do cá nhân

Quan điểm thứ ba về bất bình đẳng được gọi là **chủ nghĩa tự do cá nhân**[2]. Hai quan điểm mà chúng ta đã xem xét – chủ nghĩa thỏa dụng và chủ nghĩa tự do –

---

1. **Bảo hiểm xã hội**: chính sách của chính phủ nhằm bảo vệ các cá nhân chống lại rủi ro của những sự kiện không mong muốn.
2. **Chủ nghĩa tự do cá nhân**: triết lý trong chính trị theo đó chính phủ nên trừng phạt tội phạm và củng cố những thỏa thuận tự nguyện, nhưng không phân phối lại thu nhập.

đều nhìn nhận tổng thu nhập của xã hội như là một nguồn lực được chia sẻ mà những nhà hoạch định xã hội có thể tự do tái phân phối để đạt được một số mục tiêu xã hội. Ngược lại, những người theo chủ nghĩa tự do cá nhân cho rằng xã hội tự nó không cần thiết phải tạo ra thu nhập mà chỉ có những cá nhân sống trong xã hội làm điều này. Theo những người theo quan điểm chủ nghĩa tự do cá nhân, chính phủ không nên lấy thu nhập của một số người để chuyển cho những người khác để tạo ra một phân phối thu nhập nhất định.

Lấy ví dụ, triết gia Robert Nozick diễn giải như sau trong một quyển sách rất nổi tiếng vào năm 1974 *Tình trạng vô chính phủ, Nhà nước, và Xã hội không tưởng*:

> Chúng ta không phải là những đứa trẻ, những người nhận phần bánh do người khác quyết định, mà những người quyết định này bây giờ lại đưa ra những thay đổi ở phút cuối để sửa chữa những sai sót khi cắt bánh. Không tồn tại phân phối trung tâm, không một ai hay một nhóm nào được quyền kiểm soát tất cả các nguồn lực và cùng ra quyết định xem họ nhận bao nhiêu từ xã hội. Những gì mà một người nhận được từ người khác đều có sự đánh đổi. Trong một xã hội tự do, nhiều người khác nhau kiểm soát những nguồn lực khác nhau, và sự kiểm soát mới thường tạo ra từ những hoạt động trao đổi hay hoạt động tự nguyện của các cá nhân.

Trong khi người theo chủ nghĩa thỏa dụng và người theo chủ nghĩa tự do cố gắng quyết định mức độ bất bình đẳng mà một xã hội nên có, Nozick bác bỏ giá trị của vấn đề này.

Người theo chủ nghĩa tự do cá nhân thay thế việc đánh giá các *kết quả* kinh tế bằng đánh giá *quá trình* tạo nên kết quả. Khi phân phối thu nhập được tạo ra một cách không công bằng – ví dụ như khi một người lấy thu nhập của một người khác – chính phủ có quyền và nghĩa vụ phải giải quyết vấn đề này. Chỉ cần quá trình quyết định phân phối thu nhập là công bằng, thì kết quả phân phối sẽ là công bằng, bất kể là nó chênh lệch như thế nào.

Nozick phê phán chủ nghĩa tự do của Rawls bằng việc phác thảo một suy luận tương đồng giữa phân phối thu nhập trong xã hội và phân phối điểm số trong một khóa học. Giả sử bạn được yêu cầu đưa ra phán xét về tính công bằng trong điểm số của môn kinh tế học mà bạn đang học. Liệu bạn có tưởng tượng chính bạn đang ở đằng sau "bức màn vô minh" và chọn một kiểu phân phối điểm số mà không cần biết đến tài năng và nỗ lực của mỗi sinh viên? Hoặc liệu bạn sẽ đảm bảo rằng quá trình gán điểm cho các sinh viên là công bằng mà không quan tâm đến khả năng điểm cuối cùng có chênh lệch nhau nhiều hay không? Ít nhất là đối với trường hợp điểm số này, việc nhấn mạnh đến quá trình thay vì kết quả là rất thuyết phục.

Những người theo chủ nghĩa tự do cá nhân kết luận rằng bình đẳng về cơ hội còn quan trọng hơn cả bình đẳng về thu nhập. Họ tin tưởng chính phủ nên củng cố các quyền cá nhân để đảm bảo mỗi người có cơ hội ngang nhau trong việc phát huy tài năng của anh ấy hay cô ấy để tạo nên thành công. Một khi những luật chơi này được thiết lập, chính phủ sẽ chẳng còn lý do gì để thay đổi phân phối thu nhập cuối cùng cả.

KIỂM TRA NHANH: *Pam kiếm được nhiều tiền hơn Pauline. Một số người đề xuất nên đánh thuế lên thu nhập của Pam để giúp làm tăng thu nhập của Pauline. Người theo chủ nghĩa thỏa dụng, chủ nghĩa tự do, và chủ nghĩa tự do cá nhân đánh giá như thế nào về đề xuất này?*

CHÍNH SÁCH GIẢM NGHÈO

Như chúng ta đã biết, các triết gia chính trị có nhiều quan điểm khác nhau về vai trò của chính phủ trong việc thay đổi phân phối thu nhập. Các tranh luận chính trị giữa các nhóm cử tri hơn cho thấy những bất đồng tương tự. Mặc cho những tranh cãi này vẫn đang tiếp diễn, hầu hết mọi người đều tin rằng, ít nhất chính phủ nên cố gắng hỗ trợ những người này trong trường hợp khẩn cấp nhất. Theo một lối nói ẩn dụ phổ biến, chính phủ nên cung cấp một "tấm lưới an toàn" để bảo vệ bất kỳ công dân nào khỏi khả năng bị rơi vào tình trạng nghèo nghiêm trọng.

Nghèo là một trong những vấn đề nghiêm trọng hàng đầu mà các nhà hoạch định chính sách phải đối diện. Các hộ gia đình nghèo thường có nhiều hơn dân số vô gia cư, nghiện ngập, gặp phải vấn đề sức khỏe, mang thai vị thành niên, mù chữ, thất nghiệp, và ít học. Các thành viên trong các hộ gia đình nghèo đều có nhiều khả năng dính đến tội phạm và trở thành nạn nhân của các hoạt động tội phạm. Mặc dù rất khó tách biệt các nguyên nhân nghèo, không có gì phải nghi ngờ rằng nghèo có liên quan đến nhiều tệ nạn về kinh tế và xã hội.

Giả sử bạn là một nhà hoạch định chính sách chính phủ, và mục tiêu của bạn là làm giảm số người nghèo. Bạn làm thế nào để đạt mục tiêu này? Ở đây chúng ta xem xét một số lựa chọn chính sách mà bạn có thể xem xét. Mỗi một lựa chọn giúp một số người thoát nghèo, nhưng không có lựa chọn nào hoàn hảo cả, và việc ra quyết định tối ưu là không hề dễ dàng.

Luật mức lương tối thiểu

Các đạo luật thiết lập mức lương tối thiểu mà các chủ doanh nghiệp phải trả cho người lao động là một vấn đề tranh cãi dai dẳng. Những người ủng hộ cho rằng mức lương tối thiểu giúp người lao động nghèo mà không tốn kém cho chính phủ. Những người chỉ trích cho rằng biện pháp này đang làm tổn thương chính những người mà nó dự định giúp đỡ.

Mức lương tối thiểu được giải thích một cách đơn giản khi sử dụng các công cụ cung và cầu, như chúng ta đã thấy trong Chương 6. Đối với những người lao động có kỹ năng và kinh nghiệm thấp, một mức lương tối thiểu cao sẽ đẩy mức lương lên trên mức cân bằng cung và cầu. Vì vậy nó làm phát sinh chi phí lao động cho doanh nghiệp và làm giảm lượng cầu lao động của các doanh nghiệp. Kết quả là thất nghiệp tăng cao hơn đối với nhóm người lao động bị tác động bởi mức lương tối thiểu. Những người lao động giữ được việc làm sẽ hưởng mức lương

cao hơn, nhưng những người lao động mất việc sẽ bị thiệt hại vì lẽ ra họ có thể có việc làm, dù là với mức lương thấp hơn.

Mức độ của những tác động này phụ thuộc phần lớn vào độ co giãn của cầu. Những người ủng hộ mức lương tối thiểu cao lập luận rằng cầu đối với lao động có trình độ thấp là tương đối không co giãn nên mức lương tối thiểu ít làm giảm lượng cầu. Những người chỉ trích mức lương tối thiểu lập luận rằng cầu lao động rất co giãn, đặc biệt là trong dài hạn khi các doanh nghiệp có thể điều chỉnh việc làm và sản xuất một cách đầy đủ hơn. Họ cũng lưu ý rằng nhiều lao động dựa vào mức lương tối thiểu là những người thanh niên ở các hộ gia đình trung lưu nên một mức lương tối thiểu cao không phải là một mục tiêu hoàn hảo trong việc hỗ trợ người nghèo.

Phúc lợi

Một cách để chính phủ làm tăng tiêu chuẩn sống của người nghèo là hỗ trợ thu nhập của họ. Cách thức chủ yếu mà chính phủ áp dụng là thông qua hệ thống phúc lợi. **Phúc lợi**[1] là một thuật ngữ rộng gồm có nhiều chương trình chính phủ khác nhau. Hỗ trợ Tạm thời cho các Gia đình cần thiết (TANF) là một chương trình giúp đỡ các hộ gia đình có trẻ em và không có người lớn nào có khả năng hỗ trợ cuộc sống gia đình. Một gia đình điển hình nhận được khoản hỗ trợ này có người cha bị mất, và mẹ ở nhà chăm sóc các con nhỏ. Một chương trình phúc lợi khác là Thu nhập An sinh bổ sung (551), nơi đưa ra hỗ trợ cho người nghèo bị bệnh hoặc khuyết tật. Lưu ý rằng trong cả hai chương trình phúc lợi này, một người nghèo có thể không đủ điều kiện nhận hỗ trợ đơn giản chỉ vì có một mức thu nhập thấp. Người đó phải có thêm các "điều kiện" khác, chẳng hạn như có con nhỏ hay bị khuyết tật.

Một chỉ trích thường thấy đối với các chương trình phúc lợi là chúng tạo ra động cơ để con người ta trở nên "nghèo khó". Ví dụ, các chương trình này có thể khuyến khích các hộ gia đình ly hôn, vì các hộ gia đình chỉ đủ điều kiện nhận hỗ trợ tài chính khi không có người cha trong gia đình. Các chương trình này cũng có thể khuyến khích sinh con không đúng luật, với nhiều người nghèo những người phụ nữ đơn thân tìm kiếm hỗ trợ chỉ khi họ có con nhỏ. Bởi vì các bà mẹ đơn thân nghèo chiếm phần lớn nhóm nghèo đói và do các chương trình phúc lợi dường như làm tăng số bà mẹ đơn thân nghèo, những người chỉ trích hệ thống phúc lợi khẳng định các chính sách này làm trầm trọng thêm những vấn đề nghiêm trọng mà chúng muốn giải quyết. Kết quả của các tranh luận này là hệ thống phúc lợi đã được xem xét lại trong một đạo luật vào năm 1996 với việc giới hạn lại khoảng thời gian được nhận hỗ trợ từ các chương trình phúc lợi.

Các vấn đề phát sinh từ hệ thống phúc lợi nghiêm trọng đến mức nào? Không một ai biết chắc. Những ủng hộ các chương trình phúc lợi chỉ ra rằng làm một bà mẹ nghèo đơn thân hưởng phúc lợi ít nhất cũng không phải là một hoàn cảnh dễ chịu, và họ không chắc rằng có nhiều người muốn một cuộc sống như vậy, trừ phi nó rơi vào họ. Hơn thế nữa, các xu hướng theo thời gian không ủng hộ quan điểm

1. **Phúc lợi**: trợ cấp của các chương trình chính phủ cho những người cần trợ giúp.

cho rằng sự sụt giảm của số gia đình đầy đủ cha mẹ là hậu quả của hệ thống phúc lợi, như các chỉ trích đối với hệ thống phúc lợi thường đề cập. Kể từ đầu những năm 1970, các khoản phúc lợi (đã hiệu chỉnh cho lạm phát) đã giảm xuống, tuy nhiên tỷ lệ trẻ em sống trong gia đình chỉ có hoặc cha hoặc mẹ đã tăng lên.

Thuế thu nhập âm

Khi chính phủ lựa chọn một hệ thống thuế, nó ảnh hưởng đến phân phối thu nhập. Điều này là hiển nhiên trong trường hợp thuế thu nhập lũy tiến, khi mà các hộ gia đình có thu nhập cao phải trả số tiền thuế theo tỷ lệ lớn hơn cho thu nhập của họ so với các hộ gia đình có thu nhập thấp. Như chúng ta đã thảo luận trong Chương 12, công bằng giữa các nhóm gia đình là một tiêu chuẩn quan trọng để thiết kế một hệ thống thuế.

Nhiều nhà kinh tế học đã ủng hộ việc làm tăng thêm thu nhập của người nghèo khi sử dụng **thuế thu nhập âm**[1]. Theo chính sách này, mỗi gia đình sẽ báo cáo thu nhập của họ cho chính phủ. Các hộ gia đình có thu nhập cao sẽ trả thuế dựa trên thu nhập của họ. Các hộ gia đình có thu nhập thấp sẽ nhận được trợ cấp. Hay nói cách khác, họ "trả" một "số tiền thuế âm."

Ví dụ, giả sử chính phủ áp dụng công thức dưới đây để tính nghĩa vụ đóng thuế của một hộ gia đình:

$$\text{Số tiền thuế nợ} = (1/3 \text{ số thu nhập}) - 10.000 \text{ đô la.}$$

Trong trường hợp này, một gia đình có thu nhập 60.000 đô la phải trả 10.000 đô la tiền thuế, và một hộ gia đình kiếm được 90.000 đô la sẽ phải trả 20.000 đô la tiền thuế. Một gia đình kiếm được 30.000 đô la sẽ không phải trả đồng tiền thuế nào cả. Và một gia đình kiếm được 15.000 đô la sẽ "nợ" -5.000 đô la. Hay nói cách khác, chính phủ sẽ gửi cho gia đình này một tờ ngân phiếu trị giá 5.000 đô la.

Với thuế thu nhập âm, các hộ gia đình nghèo sẽ nhận được hỗ trợ tài chính mà không phải chứng minh nhu cầu. Tiêu chuẩn duy nhất để được hỗ trợ là có thu nhập thấp. Tùy thuộc vào quan điểm của mỗi người, cách làm này có thể là một ưu điểm cũng có thể là một nhược điểm. Một mặt, thuế thu nhập âm không khuyến khích sinh con không kết hôn và sự đổ vỡ của các gia đình, những vấn đề mà những người chỉ trích tin rằng hệ thống phúc lợi đang gây ra. Mặt khác, thuế thu nhập âm sẽ trợ cấp không chỉ cho những người không may mắn mà còn cho cả những người đơn giản là lười biếng và, theo quan cách nhìn nhận của một số người, là không xứng đáng nhận được sự hỗ trợ của chính phủ.

Một chương trình thuế trên thực tế hoạt động giống như thuế thu nhập âm là Miễn giảm thuế thu nhập (Earned Income Tax Credit, EITC). Chương trình này cho phép các hộ gia đình nghèo đang làm việc nhận được khoản hoàn thuế thu nhập lớn hơn cả số tiền thuế mà họ đã trả suốt năm đó. Bởi vì chương trình Miễn giảm thuế thu nhập chỉ áp dụng đối với những người nghèo đang làm việc, nó

1. **Thuế thu nhập âm**: một hệ thống thu thuế từ những hộ gia đình có thu nhập cao và trợ cấp cho những hộ gia đình có thu nhập thấp.

không làm giảm động cơ làm việc cho những người nhận hỗ trợ, như các chương trình giảm đói nghèo khác bị phàn nàn như vậy. Tuy nhiên, vì lý do tương tự nó cũng không giúp xóa bỏ nghèo đói do thất nghiệp, bệnh tật, hay những khiếm khuyết khả năng lao động.

Chuyển nhượng dưới dạng hàng hóa

Một cách khác để giúp đỡ người nghèo là cung cấp trực tiếp cho họ một số hàng hóa và dịch vụ họ cần để giúp tăng mức sống cho họ. Ví dụ, các chương trình từ thiện cung cấp cho người nghèo khó thức ăn, áo quần, nơi ở, và đồ chơi vào Giáng sinh. Chính phủ chuyển giao cho các hộ gia đình nghèo các tem phiếu thực phẩm, là những phiếu quà tặng từ chính phủ có thể dùng để mua thực phẩm tại các cửa hàng; các cửa hàng sau đó lại đổi các phiếu quà tặng để lấy tiền. Chính phủ cũng chuyển giao cho nhiều người nghèo phúc lợi chăm sóc sức khỏe thông qua chương trình gọi là *Medicaid*.

Giúp người nghèo bằng các khoản chuyển nhượng bằng hàng hóa có tốt hơn so với tiền mặt? Không có câu trả lời chính xác.

Các biện hộ cho chuyển nhượng dưới dạng hàng hóa tranh luận rằng các khoản chuyển nhượng như vậy đảm bảo rằng người nghèo tiếp cận được những gì mà họ cần nhất. So với mặt bằng chung của xã hội, nạn nghiện rượu và ma túy phổ biến hơn trong nhóm người nghèo nhất xã hội. Bằng cách cung cấp cho người nghèo thực phẩm và nơi ở, xã hội có thể tự tin rằng nó không góp vào những tệ nạn như vậy. Đây là một lý do các chuyển nhượng bằng hàng hóa lại phổ biến hơn dưới góc độ chính trị so với các khoản tiền mặt được chuyển đến người nghèo.

Mặt khác, những người ủng hộ các khoản chuyển giao bằng tiền mặt lập luận rằng các khoản chuyển giao dưới dạng hàng hóa không hiệu quả và thiếu tính tôn trọng. Chính phủ không biết những hàng hóa và dịch vụ nào người nghèo cần nhất. Nhiều người nghèo vốn xuất thân từ tầng lớp giàu có nhưng bị sa cơ. Mặc dù thiếu may mắn, họ vẫn ở tình trạng tốt nhất để quyết định làm thế nào để tăng mức sống cho chính họ. Thay vì cung cấp cho người nghèo các khoản chuyển nhượng hàng hóa và dịch vụ mà có thể họ không cần đến, sẽ tốt hơn nếu đưa cho họ tiền mặt và cho phép họ mua những gì mà họ nghĩ là họ cần nhất.

Các chương trình giảm nghèo và Động cơ làm việc

Nhiều chính sách giúp người nghèo có thể đem đến một số tác động không mong muốn về tình trạng triệt tiêu động cơ thoát nghèo của chính những người nghèo. Để biết tại sao, hãy xem xét ví dụ sau. Giả sử một hộ gia đình cần một mức thu nhập 20.000 đô la để duy trì mức sống có thể chấp nhận được. Và giả sử rằng, bỏ qua việc quan tâm đến người nghèo, chính phủ cam kết đảm bảo mỗi gia đình sẽ có mức thu nhập này. Bất kỳ thu nhập nào mà một hộ gia đình kiếm được, chính phủ đều hoàn trả lại số tiền chênh lệch giữa mức thu nhập đó với 20.000 đô la. Bạn kỳ vọng chính sách này sẽ gây ra những tác động gì?

THEO DÒNG THỜI SỰ

Căn nguyên của khủng hoảng tài chính

Vào năm 2008 và 2009, nền kinh tế Hoa Kỳ đã trải qua cuộc khủng hoảng tài chính và suy giảm kinh tế nghiêm trọng. Trong bài này, một nhà kinh tế cho rằng sự kiện này có thể bắt nguồn từ sự thay đổi trong phân phối thu nhập.

BẤT BÌNH ĐẲNG GÂY RA KHỦNG HOẢNG NHƯ THẾ NÀO

RAGHURAM RAJAN

Trước cuộc khủng hoảng tài chính gần đây, các chính trị gia ở các đảng phái khác nhau ở Hoa Kỳ đều ủng hộ Fannie Mae và Freddie Mac, hai tổ chức cho vay khổng lồ thực hiện cho vay thế chấp dưới sự bảo trợ của chính phủ để hỗ trợ cho người có thu nhập thấp vay tiền ở các khu vực có cử tri mà họ vận động tranh cử. Đằng sau việc hỗ trợ nhà ở cho người nghèo đã xuất hiện những lo ngại nghiêm trọng: gia tăng bất bình đẳng thu nhập.

Kể từ những năm 1970, tiền lương cho người lao động trong nhóm 10 phần trăm thu nhập cao nhất ở Hoa Kỳ - chẳng hạn như các giám đốc công ty - có mức lương tăng cao hơn rất nhiều so với mức lương của một lao động trung vị (người có mức thu nhập ở giữa, cao hơn 50% và thấp hơn 50% những người khác), như công nhân ở các nhà máy và nhân viên văn phòng. Một số yếu tố được cho là nguyên nhân của sự khác biệt ngày càng cao giữa hai nhóm 10% và 50% này.

Có lẽ yếu tố quan trọng hàng đầu là tiến bộ công nghệ ở Hoa Kỳ đòi hỏi lực lượng lao động phải có trình độ và kỹ năng cao hơn. Bằng tốt nghiệp trung học phổ thông là đủ để trở thành những lao động văn phòng cách đây 40 năm, trái lại bằng tốt nghiệp đại học chỉ tạm đủ trong thời đại ngày nay mà thôi. Tuy nhiên hệ thống giáo dục đã không thể cung cấp đủ lực lượng lao động có trình độ cần thiết. Lý do có nhiều dạng, từ chế độ dinh dưỡng, hòa nhập xã hội, và sự phát triển giai đoạn trẻ thơ cho đến các trường tiểu học và trung học kém chất lượng dẫn tới làm cho nhiều người dân Hoa Kỳ không được chuẩn bị tốt cho việc cho học đại học.

Hệ quả mỗi ngày đối với tầng lớp trung lưu là mức lương thấp và tính bất ổn công việc ngày càng cao. Các chính trị gia cảm nhận được nỗi khổ của các cử tri, nhưng thật khó cải thiện chất lượng giáo dục, do nó đòi hỏi thay đổi chính sách hiện hành trong khi có quá nhiều quyền lợi dựa vào chính sách hiện tại.

Hơn thế nữa, bất kỳ sự thay đổi nào cũng cần có thời gian để tạo ra tác động, và do vậy sẽ không thể giải quyết được nỗi băn khoăn hiện tại của cử tri được.

Vì vậy, các chính trị gia đã xem xét các cách thức khác nhanh hơn để làm dịu bớt những khó khăn của cử tri. Chúng ta đã biết từ lâu rằng thu nhập không phải là vấn đề, mà là tiêu dùng. Cho dù là một chính trị gia thông minh hay yếu kém đều sẽ thấy rằng nếu theo một cách thức nào đó tiêu dùng của các hộ gia đình trung lưu tịnh tiến, nếu vài năm họ lại có khả năng mua một chiếc xe hơi mới và thỉnh thoảng lại chi tiêu cho những kỳ nghỉ sang trọng, có lẽ họ sẽ ít quan tâm đến mức lương bèo bọt của mình.

Chính vì vậy, các giải pháp chính trị đối với sự gia tăng bất bình đẳng – bất kể là đã được lên kế hoạch một cách cẩn thận hay không – đều hướng đến việc cho vay các hộ gia đình, đặc biệt là các hộ gia đình thu nhập thấp. Lợi ích – gia tăng tiêu dùng và nhiều việc làm hơn – là trước mắt, và việc trả nợ có thể để đó tính sau. Khôi hài là tín dụng được sử dụng một cách dễ dãi trong thời gian dài như là một liệu pháp giảm đau bởi chính phủ dường như không thể giải quyết được một cách trực tiếp những nỗi lo ngày càng lớn hơn của tầng lớp trung lưu.

Tuy nhiên, các chính trị gia lại thích che đậy sự thật để thăng tiến hơn là chỉ ra rằng chính sách hỗ trợ tiêu dùng như vậy là ngu xuẩn.

Ở Hoa Kỳ, sở hữu nhà ở - một phần quan trọng trong giấc mơ Mỹ - cho các hộ gia đình có thu nhập thấp và trung bình là một luận điểm nặng ký để bảo vệ mục tiêu lớn hơn là mở rộng tín dụng và tiêu dùng...

Cuối cùng, những nỗ lực sai lầm nhằm đẩy sở hữu nhà ở tăng lên thông qua tín dụng đã làm cho Hoa Kỳ có nhiều căn hộ không ai mua nổi và nhiều hộ gia đình chìm trong nợ nần. Trớ trêu là kể từ 2004, tỷ lệ người sở hữu nhà ở lại giảm xuống.

Chính phủ, như thường lệ, không có chủ đích gây

Các tác động về mặt động cơ của chính sách này rất rõ ràng: Bất kỳ ai có mức lương dưới 20.000 đô la có rất ít động cơ để tìm kiếm và duy trì công việc. Với mỗi đô la mà người đó kiếm được, chính phủ sẽ khấu trừ thu nhập tăng thêm bằng chính một đô la. Nghĩa là chính phủ đánh thuế 100 phần trăm vào thu nhập tăng thêm. Một thuế suất biên 100 phần trăm chắc chắn là một chính sách gây ra tổn thất vô ích lớn.

Tác động ngược của mức thuế suất hiệu quả cao như vậy có thể tồn tại dai dẳng theo thời gian. Một người bị nản chí từ công việc sẽ bị mất đi cơ hội được đào tạo thông qua công việc. Ngoài ra, những đứa con của anh ấy hay cô ấy mất đi những bài học học được qua việc quan sát cha hoặc mẹ có công việc toàn thời gian, và điều này có thể ảnh hưởng tiêu cực đến năng lực của chính người đó trong việc tìm kiếm và duy trì một công việc.

Mặc dù chương trình giảm nghèo mà chúng ta đang thảo luận ở đây chỉ mang tính giả định, nó không hề phi thực tế như vẻ ngoài của nó. Phúc lợi, Medicaid, tem phiếu thực phẩm, và Miễn giảm Thuế Thu nhập là những chương trình nhằm mục tiêu giúp đỡ người nghèo, và tất cả các chương trình này đều gắn chặt với thu nhập hộ gia đình. Khi thu nhập của hộ gia đình tăng lên, họ không còn là đối tượng của các chương trình này nữa. Khi tất cả các chương trình này được xem xét, các hộ gia đình thường đối diện với các mức thuế suất biên rất cao. Thỉnh thoảng các thuế suất biên thậm chí lớn hơn 100 phần trăm, và do vậy nó làm cho các hộ gia đình nghèo bị thiệt hại khi họ kiếm thêm được thu nhập. Bằng những nỗ lực giúp đỡ người nghèo, chính phủ lại xóa bỏ động lực làm việc của họ. Theo những người chỉ trích các chương trình chống đói nghèo, các chương trình này làm thay đổi thái độ làm việc và tạo nên một thứ "văn hóa nghèo đói."

ra những rắc rối này. Nó hiếm khi như vậy. Tuy nhiên, khi số tiền chi tiêu dễ dãi này được đưa vào hợp đồng với các công ty tài chính hám lợi, tinh vi và vô đạo đức, mọi chuyện vượt xa những dự định ban đầu của chính phủ.

Đương nhiên đây không phải là lần đầu tiên trong lịch sử, việc mở rộng tín dụng được áp dụng để xoa dịu sự lo lắng của một nhóm người nào đó bị bỏ rơi, và cũng không phải là lần cuối cùng.

Trên thực tế, không cần phải tìm ví dụ ở đâu xa xôi cả. Nới lỏng việc kiểm soát và mở rộng nhanh hoạt động ngân hàng ở Hoa Kỳ trong những năm đầu của thế kỷ hai mươi là những cách để phản ứng lại với phong trào dân túy, được khơi lại bởi những nông dân sản xuất quy mô nhỏ và trung bình tự cho là bị bỏ rơi khi số công nhân công nghiệp ngày càng tăng, và đã đòi được vay vốn dễ dàng hơn. Tín dụng nông thôn quá mức là một trong những nguyên nhân làm các ngân hàng phá sản trong thời kỳ Đại Suy thoái.

Ý nghĩa rộng hơn ở đây là chúng ta cần suy xét xa hơn các ngân hàng tham lam và các nhà làm luật bị thịt (thực tế là có rất nhiều người ở cả hai loại này) để tìm ra căn nguyên của cuộc khủng hoảng này. Và các vấn đề này không thể giải quyết được bằng một quy định tài chính giao nhiều quyền lực hơn cho các nhà làm luật. Hoa Kỳ cần giải quyết bất bình đẳng từ gốc rễ, bằng cách cung cấp cho người dân Hoa Kỳ nhiều khả năng để cạnh tranh hơn trên thị trường toàn cầu. Điều này còn khó hơn nhiều so với việc cung cấp tín dụng số lượng lớn, nhưng hiệu quả hơn nhiều trong dài hạn.

Nguồn: *Project Syndicate*, ngày 9 Tháng Bảy, 2010.

Dường như là có một giải pháp đơn giản cho vấn đề này: Giảm phúc lợi cho các gia đình nghèo một cách dần dần khi thu nhập của họ tăng lên. Ví dụ, nếu một hộ gia đình nghèo mất 30 xu trợ cấp cho mỗi đô la họ kiếm được thì có nghĩa là họ đang đối diện với một thuế suất biên 30 phần trăm. Mặc dù mức thuế này làm giảm nỗ lực làm việc trong một chừng mực nào đó, nó không xóa bỏ hoàn toàn động cơ làm việc.

Vấn đề phát sinh với giải pháp này là nó gia tăng đáng kể chi phí của chương trình giảm nghèo. Nếu trợ cấp bị giảm dần dần khi thu nhập của một hộ gia đình nghèo tăng lên thì những gia đình có mức thu nhập chỉ vừa trên ngưỡng nghèo cũng sẽ được hưởng những khoản trợ cấp lớn. Xóa bỏ các khoản trợ cấp càng chậm thì càng có nhiều gia đình đủ điều kiện nhận trợ cấp, và chi phí chương trình càng tăng lên. Vì vậy, các nhà hoạch định chính sách phải đối diện với sự đánh đổi giữa gánh nặng của người nghèo có thuế suất biên cao và gánh nặng cho người đóng thuế với các chương trình tốn kém để giảm nghèo.

Có một số cách khác nữa để làm giảm hiệu ứng triệt tiêu động cơ làm việc của các chương trình chống nghèo. Một trong số các cách đó là yêu cầu người nhận phúc lợi chấp nhận một công việc do chính phủ chỉ định (đây được gọi là *workfare*). Một khả năng khác là chỉ cung cấp phúc lợi trong một thời gian nhất định. Cách này đã đưa vào đạo luật cải tổ phúc lợi năm 1996. Đạo luật này quy định mỗi người chỉ có thể nhận trợ cấp tối đa là năm năm trong suốt cuộc đời của mình. Khi Tổng thống Clinton ký dự luật này, ông ấy đã giải thích chính sách của mình như sau: "Phúc lợi chỉ nên là cứu cánh, không phải là mục tiêu."

KIỂM TRA NHANH: *Hãy liệt kê các chính sách nhằm mục tiêu giúp người nghèo, và thảo luận ưu và nhược điểm của mỗi chính sách đó.*

KẾT LUẬN

Loài người đã quan tâm đến phân phối thu nhập trong xã hội từ lâu. Plato, một triết gia Hy Lạp cổ đại, đã kết luận rằng trong một xã hội lý tưởng thu nhập của người giàu nhất phải không quá bốn lần thu nhập của người nghèo nhất.

Mặc dù đo lường bất bình đẳng là khó khăn nhưng dễ thấy rằng xã hội chúng ta tồn tại bất bình đẳng nhiều hơn so với mức mà Plato đã đề cập.

Một trong *Mười Nguyên lý của Kinh tế học* đã được thảo luận ở Chương 1 là các chính phủ đôi khi có thể cải thiện được kết quả thị trường. Tuy nhiên, ít khi có được sự đồng thuận về cách thức nguyên lý này nên được áp dụng thế nào để giải quyết vấn đề phân phối thu nhập. Các triết gia và các nhà hoạch định chính sách ngày nay không đồng thuận với nhau về mức độ bất bình đẳng thu nhập ở mức nào là đáng mong muốn, và không đồng thuận về việc chính sách công có nên nhằm mục tiêu thay đổi phân phối thu nhập hay

không. Phần lớn các tranh cãi xã hội đều phản ánh những bất đồng này. Ví dụ, bất kể lúc nào thuế được tăng lên thì các nhà làm luật đều tranh luận về việc tăng bao nhiêu đối với nhóm người giàu, trung lưu, và nghèo.

Một trong *Mười Nguyên lý của Kinh tế học* khác cho rằng con người đối diện với những sự đánh đổi. Nguyên lý này đáng để lưu tâm khi xem xét bất bình đẳng kinh tế. Các chính sách trừng phạt người thành công và khen thưởng người không thành công sẽ làm giảm động cơ thành công. Vì vậy, các nhà hoạch định chính sách đối diện với sự đánh đổi giữa công bằng và hiệu quả. Khi chiếc bánh càng được chia công bằng hơn thì điều đó cũng có nghĩa chiếc bánh càng nhỏ lại. Đây là một bài học liên quan đến phân phối thu nhập mà hầu hết mọi người đều tán thành.

TÓM TẮT

- Dữ liệu về phân phối thu nhập cho thấy sự phân hóa lớn trong xã hội Hoa Kỳ. Một phần năm các hộ gia đình giàu nhất kiếm hơn gấp mười lần thu nhập của nhóm một phần năm nghèo nhất.
- Bởi vì các khoản chuyển nhượng bằng hàng hóa, vòng đời kinh tế, thu nhập tạm thời, và sự dịch chuyển giữa các nhóm thu nhập đóng vai trò quan trọng trong việc giải thích sự khác biệt về thu nhập, rất khó đánh giá chính xác mức độ bất bình đẳng trong xã hội khi sử dụng dữ liệu về phân phối thu nhập trong một năm đơn lẻ. Khi các yếu tố khác được đem vào tính toán, chúng có xu hướng biểu thị rằng phúc lợi kinh tế được phân phối công bằng hơn so với thu nhập hàng năm.
- Các triết gia chính trị có các quan điểm khác nhau về vai trò của chính phủ trong việc làm thay đổi phân phối thu nhập. Những người theo chủ nghĩa thỏa dụng (chẳng hạn như John Stuart Mill) sẽ chọn phân phối thu nhập để tối đa hóa tổng hữu dụng từ mỗi người trong xã hội. Những người theo chủ nghĩa tự do (như John Rawls) sẽ quyết định phân phối thu nhập đằng sau "bức màn vô minh", thứ ngăn cản chúng ta biết điểm đến của mình trong cuộc sống này. Những người theo chủ nghĩa tự do cá nhân (như Robert Nozick) muốn chính phủ củng cố quyền cá nhân để đảm bảo một quá trình công bằng nhưng sau đó không quan tâm đến bất bình đẳng trong kết quả phân phối thu nhập.
- Có nhiều chính sách khác nhau có mục tiêu giúp đỡ người nghèo – như luật mức lương tối thiểu, trợ cấp, thuế thu nhập âm, và các chuyển nhượng bằng hàng hóa. Trong khi các chính sách này hỗ trợ một số hộ gia đình thoát nghèo, chúng cũng gây ra các phản ứng phụ không lường trước được. Bởi vì hỗ trợ tài chính giảm khi thu nhập tăng lên, người nghèo thường phải đối diện với thuế suất biên rất cao, mà chính nó xóa bỏ động cơ thoát nghèo của các hộ gia đình nghèo.

KHÁI NIỆM THEN CHỐT

Tỷ lệ nghèo	poverty rate
Ngưỡng nghèo	poverty line
Chuyển nhượng dưới dạng hàng hóa	in-kind transfers
Vòng đời	life cycle
Thu nhập thường xuyên	permanent income
Chủ nghĩa thỏa dụng	utilitarianism
Độ thỏa dụng	utility
Chủ nghĩa tự do	liberalism
Tiêu chí tối đa hóa phúc lợi nhóm người nghèo	maximin criterion
Bảo hiểm xã hội	social insurance
Chủ nghĩa tự do cá nhân	libertarianism
Phúc lợi	welfare
Thuế thu nhập âm	negative income tax

CÂU HỎI ÔN TẬP

1. Mức độ bất bình đẳng thu nhập ở Hoa Kỳ là như thế nào khi so sánh với các quốc gia khác trên thế giới?
2. Có phải nhóm một phần năm người giàu nhất trong dân số Hoa Kỳ kiếm được gần hai, bốn, hay năm lần thu nhập của nhóm một phần năm nghèo nhất?
3. Khi đo lường mức độ bất bình đẳng, tại sao thay đổi thu nhập theo vòng đời và tạm thời gây ra những khó khăn?
4. Một người theo chủ nghĩa thỏa dụng, chủ nghĩa tự do, và chủ nghĩa tự do cá nhân xác định như thế nào về độ lớn có thể chấp nhận được của bất bình đẳng thu nhập?
5. Những nhóm dân số nào ở Hoa Kỳ có khả năng cao nhất rơi vào nghèo đói?
6. Hãy mô tả cách thức mà các chương trình chống nghèo đói làm giảm động cơ làm việc của người nghèo? Làm thế nào bạn có thể làm giảm sự nản lòng này? Đâu là những bất lợi của chính sách mà bạn dự tính áp dụng?
7. Trình bày ưu và nhược điểm của chuyển nhượng bằng hàng hóa (so với tiền mặt) cho người nghèo?

BÀI TẬP VÀ ỨNG DỤNG

1. Bảng 3 cho thấy tỷ lệ phần trăm trẻ em trong các hộ gia đình có mức thu nhập dưới ngưỡng nghèo vượt xa tỷ lệ phần trăm người già trong các hộ gia đình này. Phân bổ ngân sách của chính phủ cho các chương trình xã hội khác nhau có thể góp phần tạo nên hiện tượng này như thế nào?

(Gợi ý: Xem Chương 12.)

2. Bảng 2 cho biết bất bình đẳng thu nhập ở Hoa Kỳ tăng lên kể từ năm 1970. Một số yếu tố tạo nên sự gia tăng này được thảo luận ở Chương 19. Đó là những yếu tố nào?
3. Chương này thảo luận tầm quan trọng của sự biến động kinh tế (sự dịch chuyển của các gia đình từ nhóm thu nhập này sang nhóm thu nhập khác).
   a. Những chính sách nào của chính phủ có thể làm tăng biến động kinh tế *trong cùng* một thế hệ?
   b. Những chính sách nào của chính phủ có thể làm tăng biến động kinh tế *liên* thế hệ?
   c. Bạn có nghĩ rằng chúng ta nên giảm chi tiêu vào các chương trình phúc lợi hiện tại để tăng chi tiêu cho các chương trình giúp thúc đẩy phát triển kinh tế? Đâu là những ưu và nhược điểm của hai chính sách này?
4. Các nhà kinh tế học thường xem biến thiên thu nhập theo vòng đời như một trong các hình thức biến thiên thu nhập tạm thời dao động xung quanh thu nhập thường xuyên của cả cuộc đời con người. Theo cách tư duy này, thu nhập hiện tại của bạn là như thế nào khi so sánh với thu nhập thường xuyên? Bạn có nghĩ rằng thu nhập hiện tại phản ánh chính xác mức sống của bạn hay không?
5. Chương này sử dụng hình tượng của một "chiếc thùng bị rò rỉ" để giải thích hạn chế của tái phân phối thu nhập.
   a. Những yếu tố nào trong hệ thống tái phân phối thu nhập ở Hoa Kỳ tạo ra những lỗ thủng của chiếc thùng? Hãy liệt kê chi tiết.
   b. Bạn có nghĩ rằng những người theo Đảng Cộng hòa hay những người theo Đảng Dân chủ sẽ tin rằng chiếc thùng được sử dụng cho tái phân phối thu nhập rò rỉ nhiều hơn? Niềm tin đó ảnh hưởng đến quan điểm của họ về mức độ tái phân phối thu nhập mà chính phủ nên thực hiện như thế nào?
6. Xem xét hai cộng đồng. Trong một cộng đồng, mười hộ gia đình có mức thu nhập 100.000 đô la mỗi hộ và mười hộ gia đình có thu nhập 20.000 đô la. Ở cộng đồng kia, mười hộ gia đình có mức thu nhập 200.000 đô la cho mỗi hộ gia đình và mười hộ gia đình có thu nhập 22.000 đô la.
   a. Cộng đồng nào có phân phối thu nhập bất công bằng hơn? Cộng đồng nào có vấn đề nghèo đói nghiêm trọng hơn?
   b. Phân phối thu nhập nào Rawls thích hơn? Giải thích.
   c. Phân phối thu nhập nào bạn thích hơn? Giải thích.
   d. Tại sao người ta có thể có sự ưa thích khác nhau khi lựa chọn giữa hai cộng đồng trên?
7. Tỷ lệ nghèo đói sẽ thấp hơn rất nhiều nếu giá trị thị trường của những khoản chuyển nhượng bằng hàng hóa được cộng vào thu nhập hộ gia đình. Khoản chuyển nhượng bằng hàng hóa lớn nhất là chi phí chăm sóc sức khỏe, chương trình chăm sóc sức khỏe của chính phủ cho người nghèo.

Giả sử chương trình này chi khoảng 7.000 đô la cho mỗi hộ gia đình đủ điều kiện nhận trợ giúp.

a. Nếu chính phủ đưa cho mỗi hộ gia đình tham gia tờ ngân phiếu 7.000 đô la thay vì cho họ tham gia vào chương trình Chăm sóc sức khỏe, bạn có nghĩ rằng hầu hết các hộ gia đình này sẽ sử dụng tiền nhận được từ chính phủ để mua bảo hiểm? Tại sao? (Nhắc lại rằng ngưỡng nghèo đói tính theo một hộ gia đình có bốn người là khoảng 20.000 đô la.)

b. Câu trả lời của bạn cho Câu (a) ảnh hưởng như thế nào đến quan điểm của bạn về việc chúng ta có nên xác định tỷ lệ nghèo đói bằng cách tính các khoản chuyển nhượng hàng hóa ở mức giá mà chính phủ chi trả? Giải thích.

c. Câu trả lời của bạn cho Câu (b) ảnh hưởng như thế nào đến quan điểm của bạn về việc chúng ta nên trợ giúp cho người nghèo dưới dạng các khoản chuyển nhượng tiền mặt hay bằng hàng hóa? Giải thích.

8. Giả sử có hai phương án phân phối thu nhập có thể xảy ra trong một xã hội gồm có mười người. Ở phương án phân phối thứ nhất, chín người có mức thu nhập 30.000 đô la và một người có mức thu nhập 10.000 đô la. Trong phương án thứ hai, tất cả mười người đều có mức thu nhập 25.000 đô la.

a. Nếu xã hội lựa chọn phương án phân phối thu nhập thứ nhất, người theo chủ nghĩa thỏa dụng sẽ tranh luận gì cho việc tái phân phối thu nhập?

b. Phương án phân phối thu nhập nào mà Rawls sẽ cho rằng công bằng hơn? Giải thích.

c. Phương án phân phối thu nhập nào mà Nozick sẽ cho rằng công bằng hơn? Giải thích.

9. Vào mùa xuân năm 2010, Tổng thống Barack Obama ký đạo luật chăm sóc sức khỏe với mục tiêu cung cấp dịch vụ y tế đến hầu hết người dân Hoa Kỳ, được tài trợ một phần thông qua việc tăng tiền thuế đánh vào người có thu nhập cao trong xã hội. Ai trong số các triết gia chính trị đã thảo luận trong chương này mà bạn cho rằng có khả năng ủng hộ đạo luật này nhất và tại sao? Liệu có ai trong số họ phản đối đạo luật này?

10. Xem xét hai chương trình phúc lợi ở Hoa Kỳ: Trợ cấp Tạm thời cho các hộ gia đình thu nhập thấp (Temporary Assistance for Needy Families – TANF) và Miễn giảm Thuế Thu nhập (Earned Income Tax Credit – EITC).

a. Khi một người phụ nữ có con trẻ và mức thu nhập rất thấp kiếm thêm được một số tiền, cô ấy nhận ít phúc lợi hơn từ TANF. Bạn nghĩ gì về tác động của tính chất này của TANF đến cung lao động của nữ giới có thu nhập thấp? Giải thích.

b. EITC cung cấp lợi ích lớn hơn khi người lao động thu nhập thấp kiếm được nhiều tiền hơn (đến một mức nào đó). Tác động của chương trình này đến cung lao động của các cá nhân có thu nhập thấp là gì? Giải thích.

c. Đâu là bất lợi của việc xóa bỏ TANF và phân bổ nhiều tiền tiết kiệm hơn cho EITC?

Để biết thêm thông tin về chủ đề của chương này, hãy ghé thăm website của chúng tôi tại *www.cengage.com/international* để xem thêm bài tập, ứng dụng, ví dụ, các bài kiểm tra trực tuyến và các nội dung khác.

PHẦN VII

NHỮNG CHỦ ĐỀ NGHIÊN CỨU NÂNG CAO

21

LÝ THUYẾT VỀ SỰ LỰA CHỌN CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG

Khi bước vào một cửa hàng, bạn đứng trước hàng ngàn món mà bạn có thể sẽ mua. Nhưng vì những giới hạn tài chính của bản thân, bạn không thể mua tất cả những thứ mà mình muốn. Vì thế, với những gì bạn có, bạn cân nhắc về giá tiền của chúng và mua một nhóm những hàng hóa phù hợp nhất với mong muốn và nhu cầu của mình.

Trong chương này, chúng ta tìm hiểu một lý thuyết mô tả cách người tiêu dùng ra quyết định sẽ mua những thứ nào. Đến phần này của cuốn sách, chúng ta đã tổng kết những hành vi của người tiêu dùng với đường cầu. Như chúng ta đã thấy, đường cầu của một hàng hóa phản ánh sự sẵn lòng chi trả của người tiêu dùng cho sản phẩm đó. Khi giá một hàng hóa tăng lên, người tiêu dùng chỉ sẵn lòng mua một số lượng ít hơn, thế nên lượng cầu giảm. Bây giờ chúng ta sẽ phân tích sâu hơn vào những quyết định ẩn sau đường cầu. Lý thuyết sự lựa chọn của người tiêu dùng được giới thiệu trong chương này cung cấp một sự hiểu biết toàn diện hơn về cầu, giống như lý thuyết về các công ty cạnh tranh ở Chương 14 cung cấp những hiểu biết hoàn chỉnh hơn về cung.

Một trong *Mười Nguyên lý của Kinh tế học* đã thảo luận trong Chương 1 là con người phải đối diện với những sự đánh đổi. Lý thuyết về sự lựa chọn của người tiêu dùng phân tích những sự đánh đổi mà con người phải đối diện với vai trò một người tiêu dùng. Khi một người tiêu dùng quyết định mua một hàng hóa nào đó nhiều hơn, anh ta sẽ mua được ít hàng hóa khác hơn. Khi anh ta dùng nhiều thời gian giải trí hơn và ít thời gian làm việc hơn, anh ta sẽ có mức thu nhập thấp hơn và chi tiêu cũng ít hơn. Khi anh ta chi tiêu nhiều hơn cho hiện tại và tiết kiệm ít hơn, anh ta phải chấp nhận mức chi tiêu thấp trong tương lai. Lý thuyết về sự lựa chọn của người tiêu dùng phân tích cách mà người tiêu dùng đối mặt với những đánh đổi này ra quyết định và cách họ phản ứng với những thay đổi trong môi trường của họ.

Sau khi phát triển lý thuyết cơ bản về sự lựa chọn của người tiêu dùng, chúng ta áp dụng nó để trả lời cho ba câu hỏi về hành vi của hộ gia đình. Cụ thể, chúng ta đặt ra những câu hỏi:

- Có phải mọi đường cầu đều dốc xuống không?
- Mức lương ảnh hưởng đến cung lao động như thế nào?
- Lãi suất ảnh hưởng tiết kiệm của hộ gia đình như thế nào?

Ban đầu những câu hỏi này có vẻ không liên quan với nhau. Nhưng rồi chúng ta sẽ thấy, chúng ta có thể dùng lý thuyết về sự lựa chọn của người tiêu dùng để trả lời từng câu một.

GIỚI HẠN NGÂN SÁCH: KHẢ NĂNG MUA HÀNG CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG

Hầu hết mọi người muốn tăng số lượng và chất lượng của hàng hóa mà họ mua sắm – đi nghỉ dài ngày hơn, lái những chiếc xe sành điệu hơn hay ăn ở những nhà hàng tốt hơn. Người ta tiêu dùng ít hơn mức họ mong muốn vì chi tiêu của họ có hạn, hay nói cách khác là bị hạn chế ở mức thu nhập của họ. Chúng ta bắt đầu bài học về sự lựa chọn của người tiêu dùng bằng cách phân tích mối liên hệ giữa thu nhập và chi tiêu.

Để giữ cho vấn đề đơn giản, chúng ta phân tích quyết định của một người tiêu dùng giữa hai sản phẩm: pizza và Pepsi. Tất nhiên là thực tế thì người ta mua sắm hàng ngàn loại hàng hóa. Giả định rằng chỉ có hai loại hàng hóa đã đơn giản hóa vấn đề đi rất nhiều mà không làm thay đổi những hiểu biết cơ bản về sự lựa chọn của người tiêu dùng.

Đầu tiên, chúng ta để cập cách mà thu nhập của mỗi người giới hạn số lượng pizza và Pepsi mà anh ta có thể mua. Giả sử người tiêu dùng có mức thu nhập 1.000 đô la mỗi tháng và anh ta tiêu hết thu nhập của mình vào pizza và Pepsi. Giá của một chiếc pizza là 10 đô la và giá của một chai Pepsi là 2 đô la.

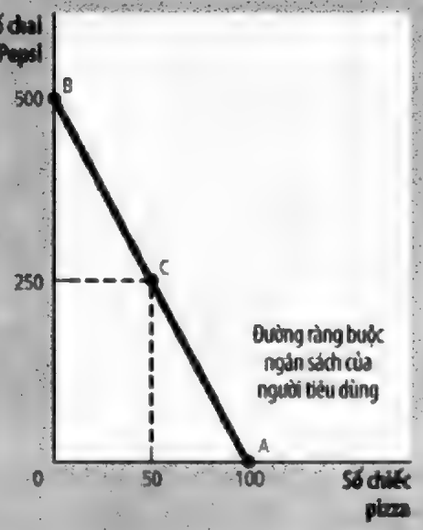
Bảng số liệu trong Hình 1 thể hiện một vài trong số rất nhiều cách kết hợp giữa hai mặt hàng pizza và Pepsi mà người tiêu dùng có thể mua. Dòng đầu tiên trong bảng cho thấy nếu người tiêu dùng chi hết thu nhập của anh ta cho pizza, anh ta có thể ăn 100 chiếc trong tháng, nhưng rồi anh ta sẽ không mua được chai Pepsi nào hết. Dòng thứ hai thể hiện một khả năng chi tiêu khác: 90 chiếc pizza và 50 chai Pepsi. Cứ thế, mỗi gói hàng hóa tiêu dùng trong bảng có chi phí đúng bằng 1.000 đô la.

Biểu đồ trong Hình 1 minh hoạ những gói chi tiêu mà người tiêu dùng có thể chọn. Trục tung chỉ số chai Pepsi và trục hoành thể hiện số chiếc pizza. Ba điểm được đánh dấu trên hình này. Tại điểm A, người tiêu dùng không mua chai Pepsi nào và mua 100 chiếc pizza. Tại điểm B, người tiêu dùng không mua chiếc pizza nào cả mà thay vào đó là 500 chai Pepsi. Tại điểm C, người tiêu dùng mua 50 pizza và 250 chai Pepsi. Điểm C, điểm chính giữa đoạn từ A đến B, là điểm mà người tiêu dùng chi tiêu những khoản bằng nhau (500 đô la) cho hai mặt hàng pizza và

Đường giới hạn ngân sách biểu thị những gói hàng hóa khác nhau mà người tiêu dùng có thể mua với một mức thu nhập cho trước. Ở đây người tiêu dùng có thể mua những gói hàng hóa khác nhau bao gồm pizza và Pepsi. Bảng và biểu đồ sau đây mô tả những gì mà người tiêu dùng có thể có được với mức thu nhập là 1000 đô la, giá của một chiếc pizza là 10 đô la và giá của một chai Pepsi là 2 đô la.

Hình 1
Đường ràng buộc ngân sách của người tiêu dùng

Số chiếc pizza	Số chai Pepsi	Số tiền tiêu dùng pizza	Số tiền tiêu dùng Pepsi	Tổng tiêu dùng
100	0	$1.000	$ 0	$1.000
90	50	900	100	1.000
80	100	800	200	1.000
70	150	700	300	1.000
60	200	600	400	1.000
50	250	500	500	1.000
40	300	400	600	1.000
30	350	300	700	1.000
20	400	200	800	1.000
10	450	100	900	1.000
0	500	0	1.000	1.000
				1.000



Pepsi. Đây chỉ là ba phương án mà người tiêu dùng có thể chọn. Mọi điểm trên đoạn từ A đến B đều có thể được chọn. Đường này gọi là đường **ràng buộc về ngân sách**[1] hay đường giới hạn ngân sách, nó thể hiện những gói tiêu dùng mà một người tiêu dùng có thể đáp ứng. Trong trường hợp này, nó chỉ ra sự đánh đổi giữa pizza và Pepsi mà người tiêu dùng gặp phải.

Độ dốc của đường ràng buộc ngân sách thể hiện tỷ lệ mà người tiêu dùng có thể đánh đổi một hàng hóa lấy hàng hóa còn lại. Nhắc lại rằng độ dốc giữa hai điểm được tính bằng sự thay đổi trên trục tung chia cho sự thay đổi trên trục hoành ("tung chia hoành"). Từ điểm A đến điểm B, khoảng thay đổi trên trục tung là 500 chai Pepsi, và sự thay đổi trên trục hoành là 100 chiếc pizza. Vì vậy, độ dốc là 5 chai Pepsi trên 1 chiếc pizza. (Thực tế thì độ dốc này là một giá trị âm vì đường giới hạn ngân sách dốc xuống. Nhưng để đơn giản, ta có thể bỏ qua dấu âm.)

Ghi nhớ rằng độ dốc của đường ràng buộc ngân sách bằng mức giá tương đối của hai hàng hóa – giá tương đối của một hàng hóa so với giá của hàng hóa còn lại. Một chiếc pizza giá bằng 5 lần một chai Pepsi, vì thế chi phí cơ hội của một chiếc pizza là 5 chai Pepsi. Độ dốc của đường ràng buộc ngân sách bằng 5 phản ánh sự đánh đổi mà thị trường mang lại cho người tiêu dùng: 1 chiếc pizza cho 5 chai Pepsi.

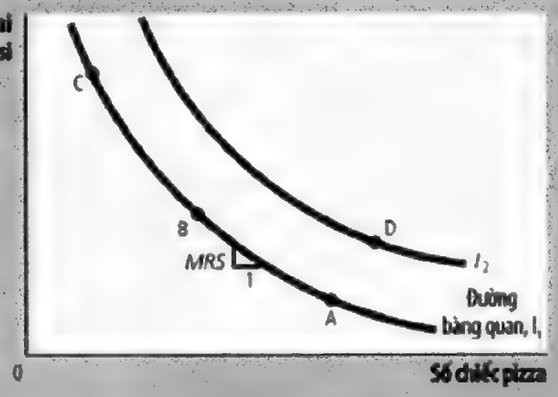
KIỂM TRA NHANH: *Hãy vẽ đường giới hạn ngân sách cho một người có thu nhập 1.000 đô la, với giá một chai Pepsi là 5 đô la và giá một chiếc pizza là 10 đô la. Độ dốc của đường ràng buộc ngân sách này là bao nhiêu?*

---

1. **Ràng buộc về ngân sách**: giới hạn về gói hàng hóa mà người tiêu dùng có thể chi trả.

Hình 2
Sự ưa thích của người tiêu dùng

Sự ưa thích của người tiêu dùng được thể hiện với những đường bàng quan, chúng thể hiện những sự kết hợp hai hàng hóa pizza và Pepsi khiến người tiêu dùng cảm thấy thỏa mãn như nhau. Vì người tiêu dùng luôn muốn có nhiều hàng hóa hơn, những điểm nằm trên đường bàng quan cao hơn (đường I_2 trong hình) được ưa thích hơn những điểm ở đường bàng quan thấp (I_1). Tỷ lệ thay thế biên (MRS) thể hiện tỷ lệ mà người tiêu dùng sẵn sàng đổi Pepsi lấy pizza. Nó thể hiện số chai Pepsi người tiêu dùng phải từ bỏ để đổi lấy 1 chiếc pizza.



SỰ ƯA THÍCH: NHỮNG GÌ MÀ NGƯỜI TIÊU DÙNG MUỐN

Mục đích của chúng ta trong chương này là thấy được cách mà những người tiêu dùng ra quyết định. Đường giới hạn ngân sách là một phần của phân tích: Nó thể hiện những sự kết hợp hàng hóa mà người tiêu dùng có thể mua với thu nhập và giá cả cho trước. Tuy nhiên, lựa chọn của người tiêu dùng phụ thuộc không chỉ vào giới hạn ngân sách mà còn trên sự ưa thích của anh ta với hai hàng hóa này. Vì thế, sở thích của người tiêu dùng được thảo luận trong phần tiếp theo.

Thể hiện sự yêu thích bằng đường bàng quan

Sự ưa thích của người tiêu dùng cho phép anh ta quyết định giữa các gói khác nhau của hai hàng hóa pizza và Pepsi. Nếu bạn mang đến cho người tiêu dùng hai gói hàng hóa khác nhau, anh ta sẽ chọn gói hàng hóa phù hợp nhất với sở thích của mình. Nếu hai gói hàng hóa thỏa mãn khẩu vị của anh ta như nhau, chúng ta nói rằng người tiêu dùng bàng quan giữa hai gói hàng hóa.

Như cách chúng ta đã thể hiện đường ràng buộc ngân sách của người tiêu dùng một cách trực quan, chúng ta cũng có thể biểu diễn sự ưa thích của anh ta trực quan như vậy. Chúng ta làm việc này với những đường bàng quan. Một **đường bàng quan**[1] thể hiện những gói hàng hóa khác nhau đem lại cho người tiêu dùng sự thỏa mãn như nhau. Trong trường hợp này, đường bàng quan thể hiện những sự kết hợp giữa pizza và Pepsi mà người tiêu dùng thấy thỏa mãn như nhau. Hình 2 biểu diễn hai trong số những đường bàng quan của người tiêu dùng. Người tiêu dùng bàng quan giữa những sự kết hợp A, B và C vì chúng cùng nằm trên một đường. Không có gì lạ nếu tiêu dùng pizza giảm từ A đến B, sự tiêu dùng Pepsi phải tăng lên để giữ nguyên mức thỏa mãn như cũ. Nếu lượng tiêu dùng pizza lại giảm từ điểm B đến điểm C, số chai Pepsi sẽ lại phải tăng lên.

Độ dốc tại mọi điểm trên đường bàng quan bằng với tỷ lệ mà người tiêu dùng sẵn sàng thay thế một hàng hóa bằng hàng hóa khác. Tỷ lệ này gọi là **tỷ lệ thay thế**

1. **Đường bàng quan**: đường biểu diễn những gói hàng hóa đem lại cùng một mức độ thỏa mãn.

biên[1] (MRS). Trong trường hợp này, tỷ lệ thay thế biên thể hiện số chai Pepsi cần có để bù đắp sự thỏa mãn do một đơn vị giảm đi trong tiêu dùng pizza. Hãy nhớ rằng vì đường bàng quan không phải là đường thẳng, tỷ lệ thay thế biên không bằng nhau tại mọi điểm trên một đường bàng quan. Tỷ lệ mà người tiêu dùng sẵn sàng trao đổi một hàng hóa để lấy hàng hóa khác phụ thuộc lượng hàng hóa mà anh ta vốn đã tiêu dùng. Nghĩa là tỷ lệ mà một người tiêu dùng sẵn lòng trao đổi pizza với Pepsi phụ thuộc vào việc anh ta đang thấy đói hay khát hơn, thứ phụ thuộc vào số lượng pizza và Pepsi mà anh đã dùng.

Người tiêu dùng thấy thỏa mãn như nhau tại tất cả các điểm trên bất kỳ đường bàng quan nào cho trước, nhưng anh ta thích một số đường bàng quan hơn những đường khác. Vì anh ta muốn được tiêu dùng nhiều hơn, những đường bàng quan cao hơn được ưa thích hơn các đường thấp. Trong Hình 2, mọi điểm trên đường I_2 được ưa thích hơn mọi điểm trên đường I_1.

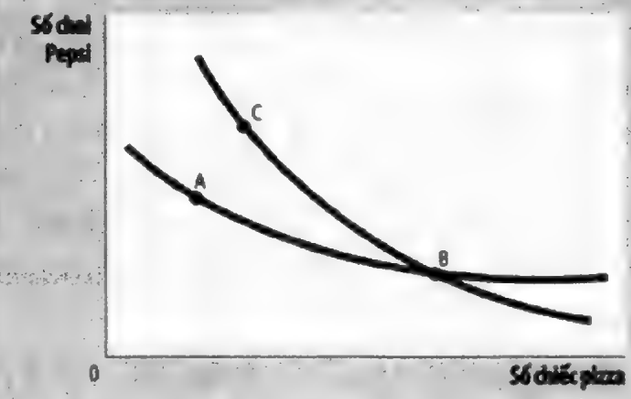
Tập hợp những đường bàng quan cho thấy một sự xếp hạng hoàn hảo những sự ưa thích của người tiêu dùng. Chúng ta có thể dùng những đường bàng quan để xếp hạng hai gói hàng hóa bất kỳ. Ví dụ, những đường bàng quan cho thấy điểm D được ưa thích hơn điểm A vì điểm D nằm trên đường bàng quan cao hơn A. (Tuy kết luận đó dường như rõ ràng vì điểm D mang lại cho người tiêu dùng nhiều pizza lẫn Pepsi hơn.) Những đường bàng quan cũng thể hiện rằng D được ưa thích hơn C vì D ở trên một đường bàng quan cao hơn. Dù cho điểm D có ít lượng Pepsi hơn điểm C, nó có nhiều hơn một lượng pizza đủ để làm người tiêu dùng ưa thích hơn. Bằng cách quan sát điểm nào nằm trên đường bàng quan cao hơn, chúng ta có thể dùng tập hợp những đường bàng quan để xếp hạng mọi cách kết hợp pizza và Pepsi.

Bốn tính chất của đường bàng quan

Vì đường bàng quan thể hiện những sự ưa thích của người tiêu dùng, chúng có những tính chất hiển nhiên thể hiện những sự ưa thích ấy. Ở đây chúng ta đề cập bốn tính chất có thể miêu tả hầu hết các đường bàng quan:

- *Tính chất 1: đường bàng quan cao hơn được ưa thích hơn các đường thấp.* Con người thường thích tiêu dùng nhiều hơn. Sự ưa thích lượng tiêu dùng lớn hơn này được phản ánh trong các đường bàng quan. Như Hình 2 thể hiện, những đường bàng quan cao hơn đại diện cho lượng hàng hóa lớn hơn so với các đường thấp hơn. Vì thế người tiêu dùng muốn được ở trên các đường bàng quan cao hơn.
- *Tính chất 2: những đường bàng quan có hướng dốc xuống.* Độ dốc của một đường bàng quan thể hiện tỷ lệ mà người tiêu dùng sẵn lòng thay thế một hàng hóa bằng hàng hóa khác. Trong nhiều trường hợp, người tiêu dùng thích cả hai hàng hóa. Thế nên, nếu số lượng một hàng hóa giảm xuống, số lượng hàng hóa còn lại phải tăng lên để khiến người tiêu dùng thỏa mãn

1. **Tỷ lệ thay thế biên**: tỷ lệ mà theo đó người tiêu dùng sẵn lòng đánh đổi một hàng hóa để lấy một hàng hóa khác.



Hình 3
Các đường bàng quan không thể cắt nhau

Tình huống này không thể xảy ra. Với những đường bàng quan này, người tiêu dùng sẽ cảm thấy thỏa mãn như nhau ở cả ba điểm A, B và C, ngay cả khi điểm C có nhiều hàng hóa hơn điểm A.

một cách tương đương. Vì lý do này, hầu hết các đường bàng quan phải dốc xuống.

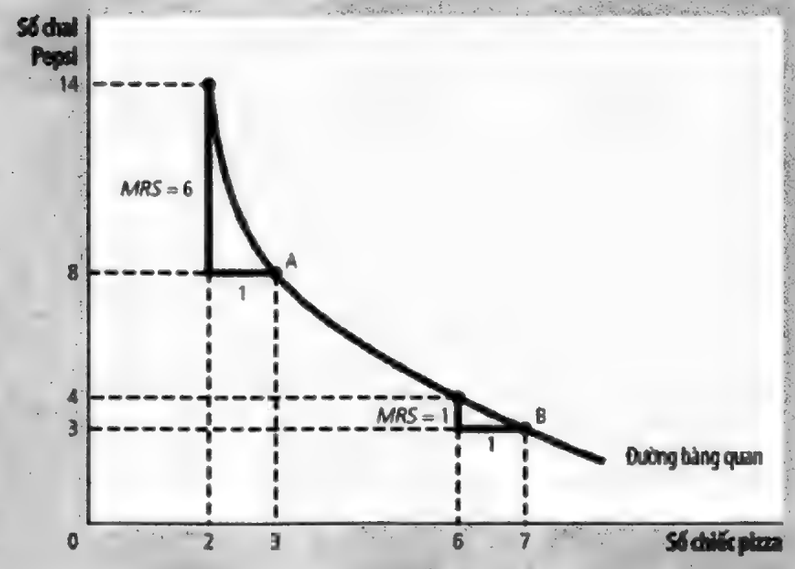
- *Tính chất 3: Những đường bàng quan không cắt nhau.* Để thấy lý do của tính chất này, giả sử hai đường bàng quan cắt nhau như trong Hình 3. Lúc ấy, vì điểm A nằm cùng đường bàng quan với điểm B, hai điểm này khiến người tiêu dùng thỏa mãn như nhau. Bên cạnh đó, vì điểm B nằm trên cùng đường bàng quan với điểm C, hai điểm này cũng làm người tiêu dùng thỏa mãn như nhau. Hai kết luận trên dẫn tới việc các điểm A và C làm người tiêu dùng thỏa mãn tương đương nhau dù cho ở điểm C, lượng hàng hóa tiêu dùng là lớn hơn. Điều này trái ngược với giả định của chúng ta rằng người tiêu dùng luôn ưa thích nhiều hàng hóa hơn. Vì vậy, các đường bàng quan không thể cắt nhau.
- *Tính chất 4: Những đường bàng quan có dạng cong về gốc tọa độ.* Độ dốc của một đường bàng quan là tỷ lệ thay thế biên – tỷ lệ mà người tiêu dùng sẵn sàng đánh đổi một hàng hóa lấy hàng hóa khác. Tỷ lệ thay thế biên thường phụ thuộc vào số lượng mỗi hàng hóa mà người tiêu dùng đã mua và sử dụng đến thời điểm hiện tại. Cụ thể, vì con người thường sẵn lòng trao đổi hàng hóa mà họ có nhiều và ít sẵn lòng đánh đổi hàng hóa mà họ có ít hơn, những đường bàng quan vì thế sẽ có dạng cong về gốc tọa độ. Một ví dụ được đề cập ở Hình 4. Tại điểm A, vì người tiêu dùng có quá nhiều Pepsi và chỉ có một ít pizza, anh ta đang đói và không quá khát. Để khiến người tiêu dùng từ bỏ 1 chiếc pizza, anh ta phải được thêm đi 6 chai Pepsi: tỷ lệ thay thế biên lúc này là 6 chai Pepsi trên 1 chiếc pizza. Ngược lại, ở điểm B, người tiêu dùng có ít Pepsi và rất nhiều pizza, thế nên anh ta thấy rất khát và không quá đói. Ở điểm này, anh ta sẵn lòng cho đi 1 chiếc pizza để có được 1 chai Pepsi: tỷ lệ thay thế biên lúc này là 1 chai Pepsi trên 1 chiếc pizza. Thế nên, hình dáng cong của đường bàng quan thể hiện sự sẵn lòng hơn của người tiêu dùng khi cho đi một hàng hóa mà anh ta đã có nhiều.

Hai trường hợp đặc biệt của đường bàng quan

Hình dạng của một đường bàng quan cho chúng ta biết về sự sẵn lòng của người tiêu dùng trong việc đánh đổi một hàng hóa để có được hàng hóa khác. Khi các hàng hóa dễ dàng thay thế cho nhau, đường bàng quan sẽ ít cong nhất; khi các

Hình 4
Các đường bàng quan có dạng cong

Các đường bàng quan thường cong về gốc tọa độ. Hình dáng này ngụ ý rằng tỷ lệ thay thế biên (MRS) phụ thuộc vào số lượng hàng hóa đang được tiêu dùng. Tại điểm A, người tiêu dùng có ít pizza và nhiều Pepsi, vậy nên anh ta đòi hỏi nhiều chai Pepsi để từ bỏ một chiếc pizza: Tỷ lệ thay thế biên là 6 chai Pepsi trên 1 chiếc pizza. Tại điểm B, người tiêu dùng có nhiều pizza và ít Pepsi, vì vậy anh ta chỉ cần một ít số chai Pepsi để từ bỏ 1 chiếc pizza: Tỷ lệ thay thế biên là một chai Pepsi trên một chiếc pizza.



hàng hóa khó thay thế cho nhau, các đường bàng quan sẽ rất cong. Để thấy lý do cho điều này, hãy cùng để cập các trường hợp đặc biệt sau.

Thay thế hoàn hảo. Giả sử người nào đó đưa cho bạn những gói đồng 5 cent và 10 cent. Làm sao bạn so sánh chúng?

Lẽ thường bạn chỉ quan tâm tổng số tiền của mỗi gói. Nếu vậy, bạn luôn sẵn lòng đổi 2 đồng 5 cent lấy 1 đồng 10 cent, bất kể số đồng 5 cent và 10 cent trong các gói là bao nhiêu. Tỷ lệ thay thế biên giữa đồng 5 cent và 10 cent của bạn sẽ là một số cố định: –2.

Chúng ta có thể miêu tả sự ưa thích của bạn với các đồng 5 cent và 10 cent với các đường bàng quan trong Hình 5(a). Vì tỷ lệ thay thế biên là không đổi, đường bàng quan lúc này là những đường thẳng. Trong trường hợp cá biệt về những đường bàng quan là đường thẳng, chúng ta nói hai hàng hóa này **thay thế hoàn hảo**[1] cho nhau.

Bổ sung hoàn hảo. Giả sử lúc này người nào đó mang cho bạn những rổ giày. Một vài chiếc vừa với chân trái của bạn, những chiếc còn lại vừa với chân phải của bạn. Bạn so sánh những rổ hàng hóa này như thế nào?

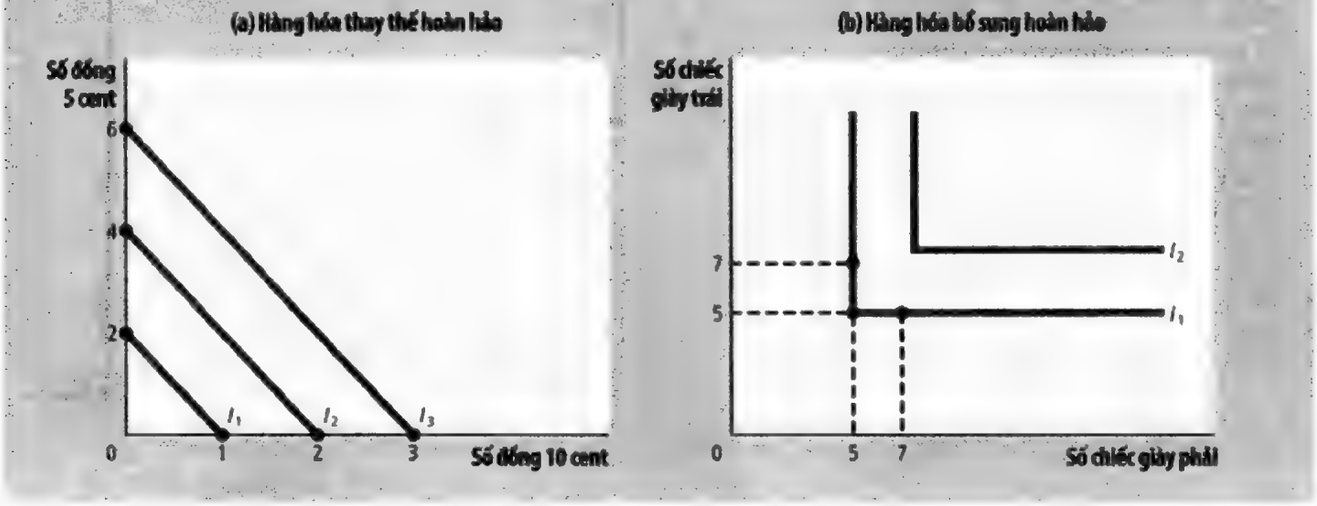
Trong trường hợp này, có lẽ bạn chỉ quan tâm về số đôi giày. Nói cách khác, bạn sẽ đánh giá một rổ dựa trên số đôi giày mà bạn có thể chọn ra từ chúng. Một rổ với 5 chiếc bên trái và 7 chiếc bên phải tạo nên chỉ 5 đôi. Có thêm một chiếc bên phải lúc này chả có ý nghĩa gì nếu không có một chiếc bên trái đi kèm.

Chúng ta có thể miêu tả sự ưa thích của bạn cho những chiếc giày phải và trái với những đường bàng quan trong Hình 5(b). Trong trường hợp này, một rổ với 5 chiếc trái và 5 chiếc phải cũng tốt ngang ngửa một rổ với 5 chiếc bên trái và 7 chiếc bên phải. Và nó cũng tốt ngang bằng với một rổ có 7 chiếc bên trái và 5 chiếc bên phải. Những đường bàng quan lúc ấy sẽ vuông góc. Trong trường hợp

1. **Hàng hóa thay thế hoàn hảo**: hai hàng hóa có những đường bàng quan thẳng.

Khi hai hàng hóa dễ dàng thay thế cho nhau như trong trường hợp những đồng 5 cent và những đồng 10 cent, những đường bàng quan có dạng đường thẳng như trong đồ thị (a). Khi hai hàng hóa bổ sung mạnh mẽ cho nhau như ví dụ về những chiếc giày trái và những chiếc giày phải, những đường bàng quan có dạng vuông góc như trong đồ thị (b).

Hình 5
Hàng hóa thay thế hoàn hảo và hàng hóa bổ sung hoàn hảo



cá biệt của những đường bàng quan vuông góc, ta nói hai hàng hóa là **bổ sung hoàn hảo**[1] cho nhau.

Trong thực tế, tất nhiên là phần lớn hàng hóa không thay thế hoàn hảo (như trường hợp những đồng 5 cent và 10 cent) và cũng không bổ sung hoàn hảo cho nhau (như trường hợp những chiếc giày trái và những chiếc giày phải). Thông thường, các đường bàng quan có dạng cong về gốc tọa độ, nhưng không cong đến nỗi tạo thành dạng vuông góc.

KIỂM TRA NHANH: *Hãy vẽ một vài đường bàng quan cho pizza và Pepsi. Giải thích bốn tính chất của những đường bàng quan này.*

TỐI ƯU HÓA: NGƯỜI TIÊU DÙNG SẼ CHỌN GÌ?

Mục tiêu của chương này là để hiểu được cách mà người tiêu dùng ra quyết định. Chúng ta đã có đủ hai phần cần thiết để phân tích: ràng buộc ngân sách của người tiêu dùng (anh ta có khả năng chi trả bao nhiêu) và sự ưa thích của người tiêu dùng (anh ta muốn mua gì). Giờ chúng ta sẽ gắn hai phần đó lại và xem xét quyết định mua hàng của người tiêu dùng.

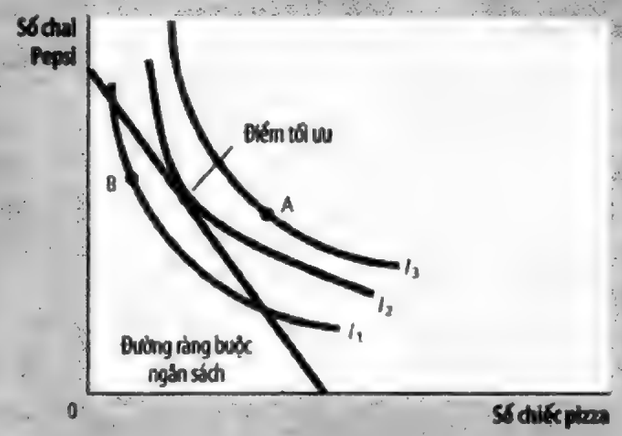
Những lựa chọn tối ưu của người tiêu dùng

Nhắc lại một lần nữa ví dụ về pizza và Pepsi của chúng ta. Người tiêu dùng sẽ muốn có được sự kết hợp tốt nhất có thể giữa pizza và Pepsi – đó chính là sự kết hợp hai hàng hóa nằm trên đường bàng quan cao nhất có được. Nhưng hành vi của người tiêu dùng cũng kết thúc ở dưới hoặc nằm trên đường ràng buộc ngân sách, thứ thể hiện những nguồn lực tối đa mà anh ta có được.

1. **Hàng hóa bổ sung hoàn hảo:** hai hàng hóa có những đường bàng quan vuông góc.

Hình 6
Lựa chọn tối ưu của người tiêu dùng

Người tiêu dùng lựa chọn điểm thuộc đường ràng buộc ngân sách và nằm trên đường bàng quan cao nhất. Tại điểm tối ưu này, tỷ lệ thay thế biên bằng với giá tương đối của hai hàng hóa. Ở đây đường bàng quan cao nhất mà người tiêu dùng có thể đạt tới là I_2. Người tiêu dùng ưa thích điểm A nằm trên đường bàng quan I_3, nhưng anh ta lại không đủ khả năng chi trả cho gói hàng hóa này. Ngược lại, người tiêu dùng có đủ khả năng chi trả cho điểm B, nhưng vì nó nằm trên một đường bàng quan thấp hơn nên anh ta không thích nó bằng I_2.



Hình 6 biểu diễn đường ràng buộc ngân sách của người tiêu dùng và ba trong số rất nhiều những đường bàng quan của anh ta. Đường bàng quan cao nhất mà người tiêu dùng có thể đạt tới (đường I_2 ở trong hình) là đường vừa chạm đường ràng buộc ngân sách. Điểm mà đường ràng buộc ngân sách và đường bàng quan này chạm nhau gọi là điểm tối ưu. Người tiêu dùng sẽ ưa thích điểm A, nhưng anh ta không đủ khả năng đáp ứng cho điểm ấy vì nó nằm phía bên trên đường ràng buộc ngân sách của anh ấy. Người tiêu dùng có thể đáp ứng mức chi tiêu cho điểm B, nhưng điểm ấy nằm trên đường bàng quan thấp hơn và vì thế mang tới ít sự thỏa mãn cho người tiêu dùng hơn. Điểm tối ưu đại diện cho sự kết hợp tốt nhất có thể có của hai hàng hóa pizza và Pepsi cho người tiêu dùng.

Ghi nhớ rằng tại điểm tối ưu, độ dốc của đường bàng quan bằng với độ dốc của đường ràng buộc ngân sách. Chúng ta nói rằng đường bàng quan đó tiếp tuyến với đường giới hạn ngân sách. Độ dốc của đường bàng quan là tỷ lệ thay thế biên giữa pizza và Pepsi, độ dốc của đường ràng buộc ngân sách chính là giá tương đối của pizza và Pepsi. Vậy, *người tiêu dùng sẽ quyết định tiêu dùng hai hàng hóa sao cho tỷ lệ thay thế biên bằng với giá tương đối của chúng.*

Trong Chương 7, chúng ta đã thấy cách mà giá thị trường phản ánh giá trị biên mà những người tiêu dùng đánh giá hàng hóa. Phân tích này về lựa chọn của người tiêu dùng thể hiện kết quả tương tự nhưng theo một cách khác. Trong khi quyết định sẽ chi tiêu gì, người tiêu dùng căn cứ vào giá tương đối có sẵn của hai hàng hóa và sau đó chọn lấy một điểm tối ưu sao cho tỷ lệ thay thế biên bằng với giá tương đối ấy. Giá tương đối là tỷ lệ mà *thị trường* sẵn lòng trao đổi hàng hóa này lấy hàng hóa khác trong khi tỷ lệ thay thế biên là tỷ lệ mà *người tiêu dùng* sẵn lòng trao đổi hàng hóa này lấy hàng hóa khác. Ở điểm tối ưu cho người tiêu dùng, sự đánh giá của người tiêu dùng với hai hàng hóa (đo bằng tỷ lệ thay thế biên) bằng với sự đánh giá của thị trường (đo bằng giá tương đối). Kết quả của sự tối ưu hóa của người tiêu dùng này là giá thị trường của những hàng hóa khác nhau phản ánh giá trị mà người tiêu dùng đánh giá chúng.

BẠN CÓ BIẾT

Độ thỏa dụng: một cách khác để diễn tả sở thích và sự tối ưu hóa

Chúng ta đã dùng những đường bàng quan để mô tả sự ưa thích của người tiêu dùng. Một cách phổ biến khác để miêu tả sự ưa thích là khái niệm về *độ thỏa dụng*. Sự thỏa dụng là một thước đo trừu tượng của sự thỏa mãn mà một người tiêu dùng nhận được từ một gói hàng hóa. Các nhà kinh tế học phát biểu rằng một người tiêu dùng ưa thích một gói hàng hóa hơn các gói khác nếu nó mang lại độ thỏa dụng lớn hơn.

Những đường bàng quan và mức thỏa dụng liên quan mật thiết với nhau. Vì người tiêu dùng ưa thích các điểm trên những đường bàng quan cao hơn, những gói hàng hóa trên những đường bàng quan cao hơn mang lại mức thỏa dụng cao hơn. Vì người tiêu dùng thấy hạnh phúc như nhau với mỗi điểm trên đường bàng quan, những gói hàng hóa này mang lại độ thỏa dụng như nhau. Bạn cũng có thể nghĩ về một đường bàng quan như một đường "thỏa dụng bằng nhau".

Độ thỏa dụng biên của mỗi hàng hóa là sự tăng lên trong mức thỏa dụng mà người tiêu dùng nhận được từ một đơn vị tăng thêm của hàng hóa đó. Hầu hết hàng hóa được giả định mang lại *độ thỏa dụng biên giảm dần*: Người ta càng tiêu dùng nhiều thì độ thỏa dụng biên từ mỗi đơn vị tiêu dùng thêm càng thấp.

Tỷ lệ thay thế biên giữa hai hàng hóa phụ thuộc vào độ thỏa dụng biên của chúng. Ví dụ nếu độ thỏa dụng biên của hàng hóa X gấp hai lần độ thỏa dụng biên của hàng hóa Y thì một người sẽ cần 2 đơn vị hàng hóa Y để bù đắp cho việc mất đi 1 hàng hóa X, và tỷ lệ thay thế biên bằng 2. Tổng quát hơn, tỷ lệ thay thế biên (cũng là độ dốc của đường bàng quan) bằng với độ thỏa dụng biên của một hàng hóa chia cho độ thỏa dụng biên của hàng hóa còn lại.

Phân tích độ thỏa dụng cung cấp một hướng khác để mô tả hành vi tối ưu hóa của người tiêu dùng. Nhắc lại rằng ở điểm tối ưu của người tiêu dùng, tỷ lệ thay thế biên bằng tỷ lệ của giá. Tức là

$$MRS = P_X / P_Y$$

Vì tỷ lệ thay thế biên bằng với tỷ lệ của mức thỏa dụng biên, chúng ta có thể viết lại điều kiện tối ưu dưới dạng

$$MU_X / MU_Y = P_X / P_Y$$

Sắp xếp lại công thức trên thành

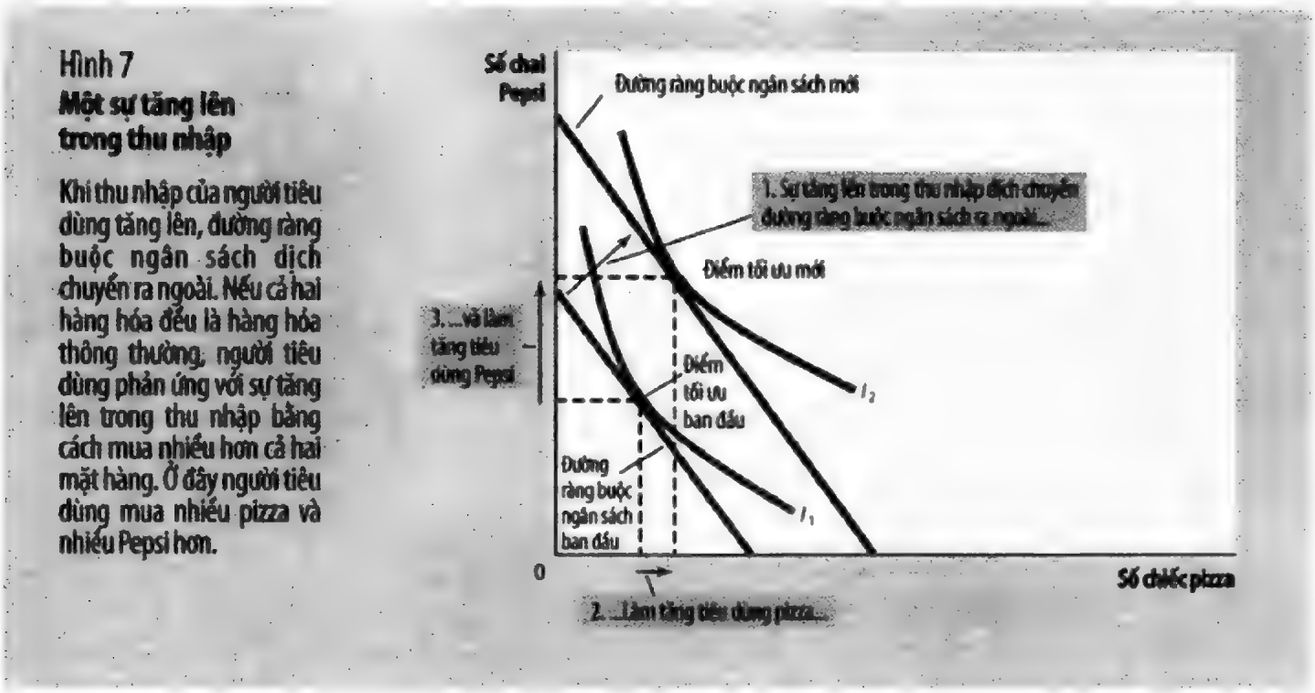
$$MU_X / P_X = MU_Y / P_Y$$

Phương trình này mang một ý nghĩa đơn giản: Tại điểm tối ưu, mức thỏa dụng biên của một đô la tiêu dùng trên hàng hóa X bằng với độ thỏa dụng biên của một đô la tiêu dùng trên hàng hóa Y. (Tại sao? Nếu hai vế của đẳng thức này không bằng nhau, người tiêu dùng có thể tăng độ thỏa dụng bằng cách chi tiêu ít hơn cho hàng hóa mang lại độ thỏa dụng biên trên một đô la thấp hơn và chi tiêu nhiều hơn cho hàng hóa mang lại độ thỏa dụng biên trên một đô la cao hơn).

Khi những nhà kinh tế học thảo luận về lý thuyết về sự lựa chọn của người tiêu dùng, họ có thể diễn tả lý thuyết đó bằng nhiều từ ngữ khác nhau. Một nhà kinh tế có thể phát biểu rằng mục đích của tiêu dùng là để tối đa hóa độ thỏa dụng. Nhà kinh tế khác có thể nói rằng mục đích của người tiêu dùng là được ở trên đường bàng quan cao nhất có thể. Nhà kinh tế thứ nhất sẽ kết luận rằng ở điểm tối ưu của người tiêu dùng, mức thỏa dụng biên trên mỗi đô la là như nhau cho mọi hàng hóa trong khi nhà kinh tế thứ hai sẽ kết luận rằng đường bàng quan lúc này tiếp tuyến với đường ràng buộc ngân sách. Về bản chất, hai cách nói đó là một.

Tác động của thay đổi trong thu nhập lên sự lựa chọn của người tiêu dùng

Bây giờ chúng ta đã thấy cách mà người tiêu dùng ra quyết định, hãy cùng nhau phân thích cách mà quyết định này phản ứng với những thay đổi trong thu nhập của người tiêu dùng. Cụ thể hơn là trong trường hợp thu nhập tăng. Với thu nhập cao hơn, người tiêu dùng có thể mua nhiều hơn cả hai loại hàng hóa. Vì thế, sự



Hình 7
Một sự tăng lên trong thu nhập

Khi thu nhập của người tiêu dùng tăng lên, đường ràng buộc ngân sách dịch chuyển ra ngoài. Nếu cả hai hàng hóa đều là hàng hóa thông thường, người tiêu dùng phản ứng với sự tăng lên trong thu nhập bằng cách mua nhiều hơn cả hai mặt hàng. Ở đây người tiêu dùng mua nhiều pizza và nhiều Pepsi hơn.

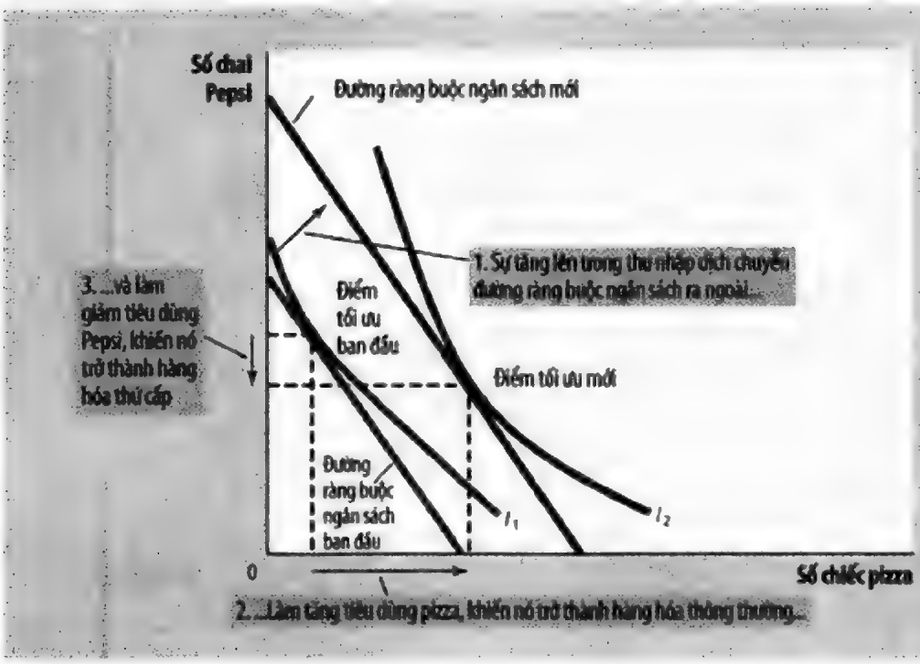
tăng lên trong thu nhập đẩy đường ràng buộc ngân sách ra ngoài, như trong Hình 7. Vì giá tương đối của hai hàng hóa vẫn không thay đổi, độ dốc của đường ràng buộc ngân sách mới vẫn giống với đường ràng buộc ngân sách ban đầu. Vậy, sự tăng lên trong thu nhập dẫn tới sự dịch chuyển song song ra ngoài của đường ràng buộc ngân sách.

Đường giới hạn ngân sách được mở rộng cho phép người tiêu dùng chọn lấy một sự kết hợp tốt hơn của pizza và Pepsi, nằm trên một đường bàng quan cao hơn. Với sự dịch chuyển đường ràng buộc ngân sách và sự ưa thích của người tiêu dùng vốn được miêu tả bằng đường bàng quan, điểm tối ưu của người tiêu dùng di chuyển từ điểm được đánh dấu "điểm tối ưu ban đầu" đến điểm được đánh dấu "điểm tối ưu mới".

Ghi nhớ rằng trong Hình 7, người tiêu dùng quyết định tiêu dùng nhiều pizza và Pepsi hơn. Mặc dù quy tắc của mô hình không yêu cầu sự tăng lên trong tiêu dùng ở cả hai sản phẩm tương ứng với sự tăng lên trong thu nhập, trường hợp này vẫn là phổ biến nhất. Nhớ lại ở Chương 4, nếu một người tiêu dùng muốn mua một hàng hóa nào đó thêm khi thu nhập của anh ta tăng lên, các nhà kinh tế gọi đó là một **hàng hóa thông thường**[1]. Đường bàng quan trong Chương 7 được vẽ với giả định pizza và Pepsi đều là hàng hóa thông thường.

Hình 8 cho thấy một ví dụ trong đó sự tăng lên trong thu nhập khuyến khích người tiêu dùng mua nhiều pizza nhưng ít Pepsi hơn. Nếu một người tiêu dùng mua một hàng hóa nào đó ít hơn khi thu nhập của anh ta tăng lên, các nhà kinh tế học gọi đó là **hàng hóa thứ cấp**[2]. Hình 8 được vẽ với giả định pizza là hàng hóa thông thường trong khi Pepsi là hàng hóa thứ cấp. Dù cho hầu hết hàng hóa là

1. **Hàng hóa thông thường**: một hàng hóa mà với những yếu tố khác không đổi, sự gia tăng trong thu nhập sẽ dẫn đến gia tăng lượng cầu.
2. **Hàng hóa thứ cấp**: một hàng hóa mà với các yếu tố khác không đổi, thu nhập tăng làm giảm lượng cầu.



Hình 8
Một hàng hóa thứ cấp

Một hàng hóa là hàng hóa thứ cấp nếu người tiêu dùng ít mua nó hơn khi thu nhập của anh ta tăng lên. Ở đây Pepsi là hàng hóa thứ cấp: Khi thu nhập của người tiêu dùng tăng lên và đường ràng buộc ngân sách dịch chuyển ra ngoài, người tiêu dùng mua nhiều pizza nhưng ít Pepsi hơn.

hàng hóa thông thường, vẫn có một vài hàng hóa thứ cấp trong cuộc sống. Một ví dụ là các chuyến xe buýt. Khi thu nhập tăng lên, những người tiêu dùng thường sẽ mua xe hơi hoặc đi taxi và ít khi đi xe buýt hơn. Thế nên, các chuyến xe buýt là hàng hóa thứ cấp.

Tác động của thay đổi giá lên hành vi người tiêu dùng

Bây giờ hãy cùng sử dụng mô hình về hành vi người tiêu dùng để để cập sự tác động của thay đổi trong giá cả của hàng hóa làm thay đổi hành vi của người tiêu dùng. Cụ thể ta giả sử giá của một chai Pepsi giảm từ 2 đô la xuống còn 1 đô la. Sẽ không lạ rằng một mức giá thấp hơn làm tăng khả năng mua hàng của người tiêu dùng. Nói cách khác, một sự giảm trong mức giá của bất cứ hàng hóa nào cũng dịch chuyển đường ràng buộc ngân sách ra ngoài.

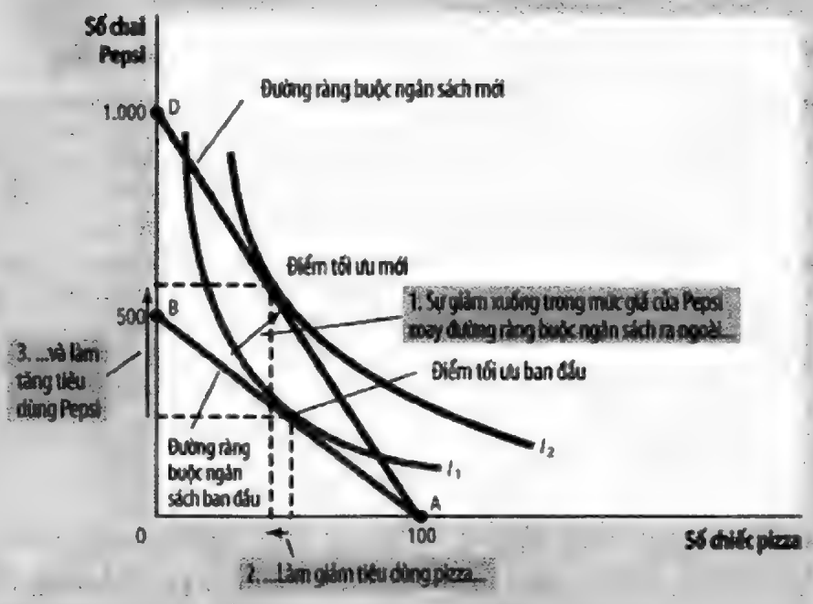
Hình 9 để cập một cách rõ ràng hơn cách mà một sự giảm giá ảnh hưởng đường ràng buộc ngân sách. Nếu người tiêu dùng chi tiêu toàn bộ 1.000 đô la vào pizza thì giá của Pepsi lúc ấy là không liên quan. Vậy nên điểm A của hình không thay đổi. Lúc này nếu người tiêu dùng chi tiêu hết thu nhập 1.000 đô la của anh ta cho Pepsi, anh ta có thể mua 1.000 thay vì chỉ 500 chai lúc trước. Vậy, điểm kết thúc của đường ràng buộc ngân sách di chuyển từ B sang D.

Hãy nhớ rằng trong trường hợp này việc dịch chuyển ra ngoài của đường ràng buộc ngân sách làm thay đổi độ dốc của nó (điều này khác với những gì xảy ra trước đây trong trường hợp giá không đổi nhưng thu nhập của người tiêu dùng thay đổi.) Như chúng ta đã thảo luận, độ dốc của đường ràng buộc ngân sách phản ánh giá tương đối của pizza và Pepsi. Kết quả là đường ràng buộc ngân sách mới trở nên dốc hơn.

Cách mà một thay đổi của đường ràng buộc ngân sách ảnh hưởng đến tiêu dùng của hai sản phẩm phụ thuộc vào sự ưa thích của người tiêu dùng. Với những đường bàng quan vẽ trong hình này, người tiêu dùng mua nhiều Pepsi và ít pizza hơn.

Hình 9
Một sự thay đổi giá cả

Khi mức giá của Pepsi giảm xuống, đường ràng buộc ngân sách của người tiêu dùng dịch chuyển ra ngoài và thay đổi về độ dốc. Người tiêu dùng di chuyển từ điểm tối ưu ban đầu đến một điểm tối ưu mới làm thay đổi sự chi tiêu của anh ta đối với cả hai mặt hàng pizza và Pepsi. Trong trường hợp này, lượng tiêu dùng cho Pepsi tăng lên và lượng tiêu dùng cho pizza giảm xuống.



Tác động thu nhập và tác động thay thế

Tác động của một sự thay đổi trong giá cả của một hàng hóa lên chi tiêu có thể được chia thành hai phần: **tác động thu nhập**[1] và **tác động thay thế**[2]. Để thấy hai tác động này là gì, hãy để cập cách mà người tiêu dùng của chúng ta có thể phản ứng khi anh ta biết giá của Pepsi giảm. Anh ta có thể phản ứng theo những cách sau:

- "Tin tốt lành! Giờ thì Pepsi đã rẻ hơn, thu nhập của tôi có sức mua lớn hơn. Tôi thực sự đã giàu hơn trước. Vì thế, tôi có thể mua nhiều pizza hơn và cả nhiều Pepsi hơn." (Đây chính là tác động thu nhập).
- "Giờ giá của Pepsi đã giảm, tôi sẽ có được nhiều chai Pepsi hơn cho mỗi chiếc pizza mà tôi không tiêu dùng. Vì lúc này pizza đắt lên một cách tương đối, tôi nên mua ít pizza và nhiều Pepsi hơn." (Đây chính là tác động thay thế.)

Lý lẽ nào mà bạn thấy là thuyết phục hơn?

Trong thực tế, cả hai lý lẽ trên đều có lý. Giá Pepsi giảm xuống khiến người tiêu dùng có lợi hơn. Nếu pizza và Pepsi đều là những hàng hóa thông thường, người tiêu dùng sẽ muốn tận dụng sự cải thiện sức mua của anh ta qua cả hai mặt hàng: Tác động thu nhập này có xu hướng khiến người tiêu dùng mua nhiều pizza và Pepsi hơn. Cùng lúc đó, sự tiêu dùng Pepsi trở nên rẻ hơn tương đối so với pizza. Tác động thay thế này có xu hướng mua ít pizza và nhiều Pepsi hơn.

Giờ hãy xem xét kết quả của hai tác động này cùng một lúc. Người tiêu dùng tất nhiên sẽ mua nhiều Pepsi hơn vì tác động thu nhập và tác động thay thế đều

1. **Tác động thu nhập**: thay đổi trong tiêu dùng do thay đổi về giá làm cho người tiêu dùng dịch chuyển đến một đường bàng quan cao hơn hoặc thấp hơn.
2. **Tác động thay thế**: thay đổi trong tiêu dùng do thay đổi về giá làm cho người tiêu dùng dịch chuyển dọc theo đường bàng quan đến một điểm khác có tỷ lệ thay thế biên khác.

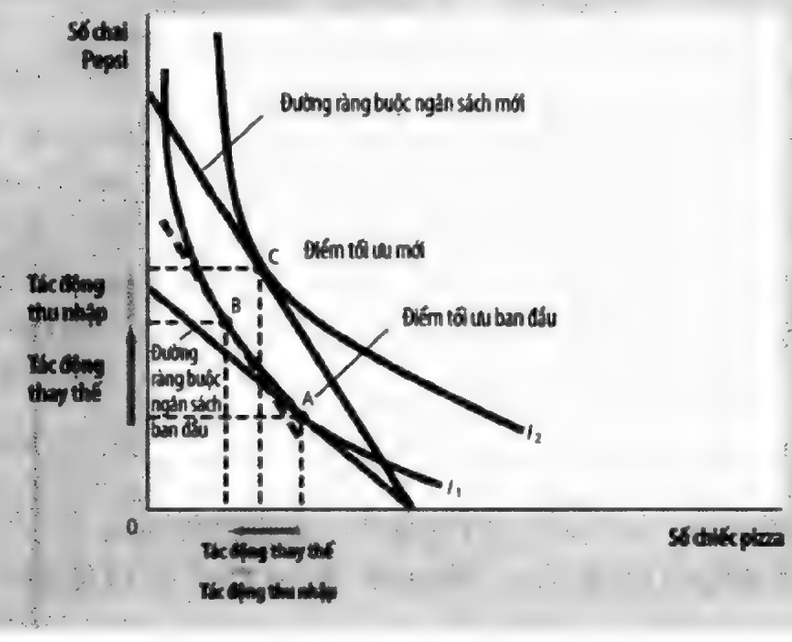
Bảng 1
Tác động thu nhập và tác động thay thế khi mức giá Pepsi giảm xuống

Hàng hóa	Tác động thu nhập	Tác động thay thế	Tổng tác động
Pepsi	Người tiêu dùng trở nên giàu có hơn và mua nhiều Pepsi hơn	Pepsi trở nên rẻ hơn một cách tương đối, vì vậy người tiêu dùng mua nhiều Pepsi hơn.	Tác động thu nhập và tác động thay thế xảy ra theo cùng chiều hướng, vì vậy người tiêu dùng mua nhiều Pepsi hơn.
Pizza	Người tiêu dùng trở nên giàu có hơn và mua nhiều pizza hơn	Pizza trở nên đắt hơn một cách tương đối, vì vậy người tiêu dùng mua ít pizza hơn.	Tác động thu nhập và tác động thay thế xảy ra ngược chiều hướng, vì tổng tác động lên tiêu dùng pizza là không rõ ràng

làm tăng lượng mua Pepsi. Nhưng việc người tiêu dùng có mua nhiều pizza hơn hay không là không rõ ràng vì tác động thu nhập và tác động thay thế cho hàng hóa này trái ngược nhau. Kết luận này được tóm tắt trong Bảng 1.

Chúng ta có thể diễn giải tác động thu nhập và tác động thay thế bằng những đường bàng quan. *Tác động thu nhập là thay đổi trong tiêu dùng gây ra bởi sự di chuyển lên một đường bàng quan cao hơn. Tác động thay thế là sự thay đổi trong tiêu dùng gây ra bởi việc ở vào vị trí của một điểm khác trên đường bàng quan với một tỷ lệ thay thế biên khác.*

Hình 10 biểu thị cách để chia những thay đổi trong hành vi của người tiêu dùng thành tác động thu nhập và tác động thay thế. Khi giá của Pepsi giảm, người tiêu dùng đi từ điểm tối ưu ban đầu, điểm A, đến điểm tối ưu mới, điểm C. Chúng ta có thể thấy sự thay đổi này xảy ra trong hai bước. Đầu tiên, người tiêu dùng đi dọc theo đường bàng quan ban đầu I_1, từ điểm A đến điểm B. Người tiêu dùng có cùng mức độ thỏa mãn ở hai điểm này, nhưng ở điểm B, tỷ lệ thay thế biên phản ánh mức giá tương đối mới. (Đường gạch đứt đi qua B phản ánh mức giá tương đối mới bằng cách nằm song song với đường ràng buộc ngân sách mới.) Tiếp theo, người tiêu dùng chuyển đến một đường bàng quan cao hơn, I_2, bằng cách di chuyển từ điểm B



Hình 10
Tác động thu nhập và tác động thay thế

Tác động của một sự thay đổi trong mức giá có thể được chia ra thành tác động thu nhập và tác động thay thế. Tác động thay thế - sự di chuyển dọc theo một đường bàng quan cho đến một điểm có tỷ lệ thay thế biên khác – được biểu diễn ở đây bằng sự thay đổi từ A đến B dọc theo đường bàng quan I_1. Tác động thu nhập – sự di chuyển đến một đường bàng quan cao hơn – được diễn tả ở đây bằng sự thay đổi từ điểm B trên đường bàng quan I_1 đến điểm C trên đường bàng quan I_2

đến điểm C. Dù cho điểm B và điểm C nằm trên các đường bàng quan khác nhau, nó có cùng tỷ lệ thay thế biên. Tức là, độ dốc của đường bàng quan I_1 tại điểm B bằng với độ dốc của đường bàng quan I_2 tại điểm C.

Dù cho người tiêu dùng sẽ không bao giờ thực sự chọn điểm B, điểm lý thuyết này rất hữu ích để làm rõ hai tác động làm thay đổi hành vi người tiêu dùng. Nhớ rằng một sự thay đổi từ điểm A sang điểm C đại diện cho một thay đổi thuần túy trong tỷ lệ thay thế biên mà không bao gồm bất cứ sự thay đổi nào trong phúc lợi của người tiêu dùng. Tương tự, sự thay đổi từ điểm B sang điểm C thể hiện một sự thay đổi thuần túy trong phúc lợi mà không chứa bất cứ thay đổi nào trong tỷ lệ thay thế biên. Vì vậy, sự di chuyển từ A sang B thể hiện tác động thay thế, và sự di chuyển từ B sang C thể hiện tác động thu nhập.

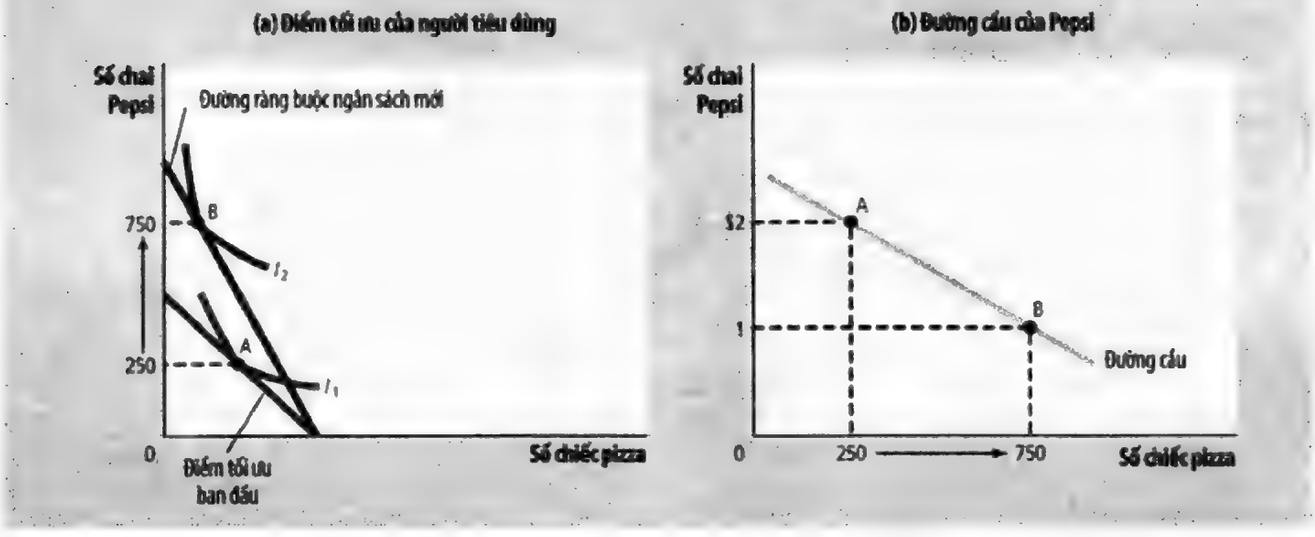
Xây dựng đường cầu

Chúng ta vừa thấy cách mà những thay đổi trong giá cả của một hàng hóa thay đổi đường ràng buộc ngân sách của người tiêu dùng và vì thể thay đổi số lượng của hai hàng hóa mà anh ta quyết định mua. Đường cầu cho bất cứ hàng hóa nào cũng phản ánh những quyết định tiêu dùng như vậy. Nhớ lại rằng một đường cầu biểu diễn lượng cầu của một hàng hóa ở những mức giá xác định. Chúng ta có thể xem đường cầu như một sự tổng hợp các quyết định tối ưu bắt nguồn từ sự ràng buộc ngân sách và đường bàng quan của người tiêu dùng.

Ví dụ, Hình 11 đề cập đường cầu cho hàng hóa Pepsi. Đồ thị (a) thể hiện rằng khi giá một chai giảm từ 2 đô la xuống 1 đô la, đường ràng buộc ngân sách dịch chuyển ra ngoài. Vì cả hai tác động thu nhập và thay thế, người tiêu dùng tăng lượng mua Pepsi từ 250 lên 750 chai. Đồ thị (b) thể hiện đường cầu tạo nên bởi quyết định của người tiêu dùng này. Trong trường hợp này, lý thuyết về sự lựa chọn của người tiêu dùng cung cấp những nền tảng lý thuyết cho đường cầu. Sẽ dễ chịu hơn khi biết rằng đường cầu được tạo nên một cách tự nhiên từ lý thuyết về sự lựa chọn của người tiêu dùng nhưng bản thân đường cầu

Hình 11
Tạo lập đường cầu

Đồ thị (a) thể hiện rằng: khi giá của Pepsi giảm từ 2 đô la xuống 1 đô la, điểm tối ưu của người tiêu dùng di chuyển từ A sang B, lượng tiêu dùng Pepsi tăng từ 250 chai lên 750 chai. Đường cầu ở đồ thị (b) phản ánh mối quan hệ giữa giá cả và lượng cầu này.



không nhằm phát triển lý thuyết ấy. Không cần thiết phải có một khung phân tích chính xác chỉ để kết luận rằng con người phản ứng với những thay đổi trong giá cả. Dù sao, lý thuyết về sự lựa chọn của người tiêu dùng cũng hữu ích trong nghiên cứu các quyết định khác nhau của con người trong cuộc sống, như chúng ta sẽ thấy trong phần tới.

KIỂM TRA NHANH: *Hãy vẽ đường ràng buộc ngân sách và đường bàng quan cho pizza và Pepsi. Chỉ ra những thay đổi trong đường ràng buộc ngân sách và điểm tối ưu của người tiêu dùng khi giá của pizza tăng. Trong biểu đồ của bạn, phân chia sự thay đổi đó thành tác động thu nhập và tác động thay thế.*

BA ỨNG DỤNG

Lúc này chúng ta đã phân tích lý thuyết cơ bản về hành vi người tiêu dùng, hãy cùng sử dụng nó để làm rõ ba câu hỏi về cách mà nền kinh tế vận hành. Ba câu hỏi này ban đầu có vẻ như không liên quan đến nhau. Nhưng bởi vì mỗi câu hỏi liên quan đến hành vi của hộ gia đình, chúng ta có thể trả lời chúng với mô hình hành vi người tiêu dùng mà chúng ta đã phân tích.

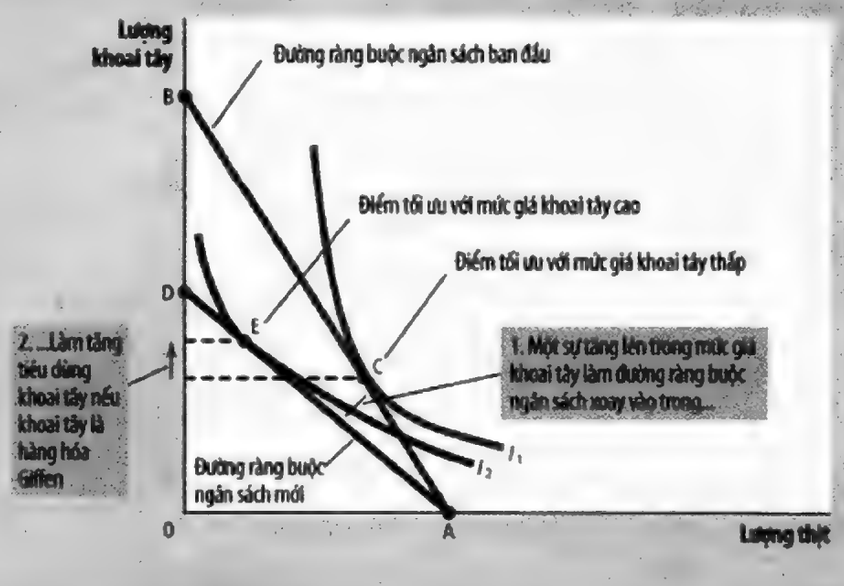
Có phải mọi đường cầu đều dốc xuống?

Thông thường, khi giá cả của một hàng hóa tăng lên, người ta sẽ ít mua nó hơn. Hành vi dễ thấy này gọi là *quy luật cầu*, được phản ánh trong sự dốc xuống của đường cầu.

Tuy nhiên, như một vấn đề của lý thuyết kinh tế, đường cầu đôi lúc cũng dốc lên. Nói cách khác, những người tiêu dùng đôi khi có thể vi phạm quy luật cầu và mua một hàng hóa nào đó nhiều hơn khi giá của nó tăng lên. Để thấy được việc này xảy ra như thế nào, hãy xem Hình 12. Trong ví dụ này, người tiêu dùng mua hai hàng hóa – thịt và khoai tây. Ban đầu, đường ràng buộc ngân sách là

Hình 12
Hàng hóa Giffen

Trong ví dụ này, khi giá khoai tây tăng lên, điểm tối ưu của người tiêu dùng chuyển từ C sang E. Trong trường hợp này, người tiêu dùng phản ứng với một mức giá khoai tây cao hơn bằng cách mua ít thịt và nhiều khoai tây hơn.



đoạn thẳng từ A đến B. Điểm tối ưu là C. Khi giá của khoai tây tăng lên, đường ràng buộc ngân sách dịch chuyển vào trong và trở thành đoạn từ A tới D. Điểm tối ưu lúc này là điểm E. Để ý rằng sự tăng giá khoai tây đã làm người tiêu dùng mua một lượng khoai tây lớn hơn.

Tại sao lúc này người tiêu dùng lại phản ứng theo một cách ngược lại như vậy? Trong ví dụ này, khoai tây là một hàng hóa "rất" thứ cấp. Khi giá khoai tây tăng lên, người tiêu dùng càng nghèo đi. Tác động thu nhập khiến người tiêu dùng muốn mua ít thịt và nhiều khoai tây hơn. Cùng lúc đó, vì khoai tây trở nên đắt hơn một cách tương đối so với thịt, tác động thay thế khiến người tiêu dùng muốn mua nhiều thịt và ít khoai tây hơn. Tuy nhiên trong trường hợp đặc biệt này, tác động thu nhập mạnh tới nỗi nó vượt quá tác động thay thế. Kết quả là người tiêu dùng phản ứng với mức giá khoai tây cao hơn bằng cách mua ít thịt và nhiều khoai tây hơn.

Những nhà kinh tế sử dụng thuật ngữ **hàng hóa Giffen**[1] để mô tả một hàng hóa đi ngược lại quy luật cầu. (Thuật ngữ này được đặt theo tên của nhà kinh tế Robert Giffen, người đầu tiên chú ý đến khả năng này.) Trong ví dụ này, khoai tây là một hàng hóa Giffen. Những hàng hóa Giffen là những hàng hóa thứ cấp mà trong đó tác động thu nhập lấn át tác động thay thế. Vậy nên chúng có đường cầu dốc lên.

NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG

Cuộc tìm kiếm các hàng hóa Giffen

Đã từng xuất hiện hàng hóa Giffen nào chưa? Một vài nhà sử học cho rằng khoai tây là một hàng hóa như vậy trong nạn khan hiếm khoai tây ở Ireland vào thế kỷ 19. Khoai tây là một phần quan trọng trong chế độ ăn của mọi người đến nỗi khi giá của nó tăng, nó có tác động thu nhập rất lớn. Người ta phản ứng với sự giảm xuống trong mức sống đó bằng cách giảm mua những hàng hóa đắt đỏ như thịt và mua nhiều hơn món khoai tây chính yếu này. Thế nên, người ta lập luận rằng một mức giá khoai tây cao hơn thực sự làm tăng lượng cầu khoai tây.

Một nghiên cứu gần đây của Robert Jensen và Nolan Miller cũng cho thấy kết quả tương tự nhưng cụ thể hơn về sự hiện diện của các hàng hóa Giffen. Hai nhà kinh tế này tiến hành một thí nghiệm trong năm tháng ở tỉnh Hồ Nam, Trung Quốc. Họ đưa cho những hộ gia đình được chọn ngẫu nhiên những phiếu giảm giá mua gạo, món chính yếu trong các bữa ăn địa phương, và tiến hành điều tra để biết sự tiêu dùng gạo phản ứng với mức giá như thế nào. Họ tìm thấy những bằng chứng chắc chắn rằng những hộ gia đình nghèo thể hiện các hành vi Giffen. Giảm giá gạo với những phiếu giảm giá khiến những hộ gia đình giảm chi tiêu cho gạo và việc bỏ đi những phiếu giảm giá này lại có tác động ngược lại. Jensen và Miller đã viết, "Với những gì chúng ta đã biết lúc này, đây là bằng chứng thực nghiệm đúng đắn nhất về hành vi Giffen." ■

---

1. **Hàng hóa Giffen**: một hàng hóa mà giá tăng làm tăng lượng cầu.

Thế nên lý thuyết về sự lựa chọn của người tiêu dùng cũng cho phép đường cầu dốc lên và đôi khi hiện tượng lạ lùng đó thực sự xảy ra. Kết quả là quy luật cầu mà chúng ta thấy ở Chương 14 không phải lúc nào cũng đúng. Tuy nhiên, có thể nói rằng các hàng hóa Giffen rất hiếm gặp. ■

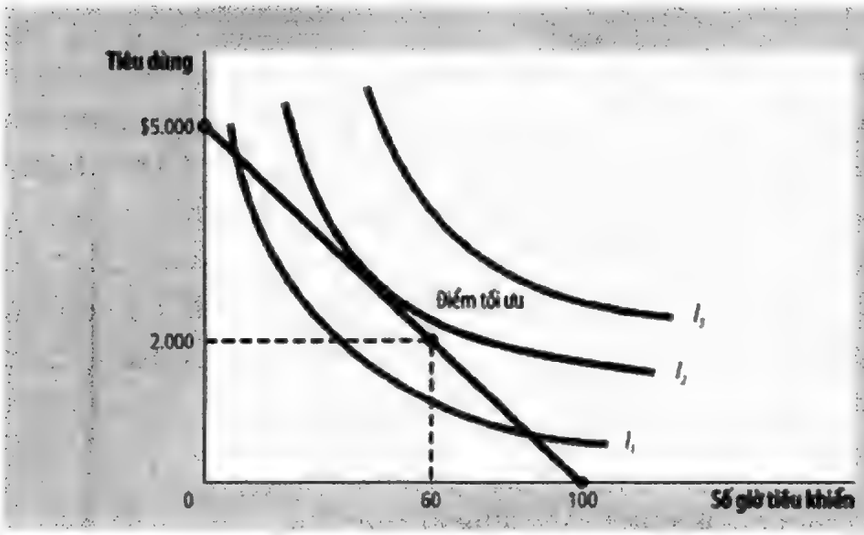
Các mức lương ảnh hưởng đến cung lao động như thế nào?

Đến giờ chúng ta đã dùng lý thuyết về sự lựa chọn của người tiêu dùng để phân tích cách mà một cá nhân phân bổ thu nhập của anh ta giữa hai hàng hóa. Chúng ta cũng có thể dùng lý thuyết đó để phân tích cách mà một cá nhân phân bổ thời gian. Con người dành một lượng thời gian để giải trí và phần còn lại để lao động nhằm giúp họ đáp ứng các nhu cầu chi tiêu. Bản chất của sự phân bổ thời gian là sự đánh đổi giữa tiêu dùng và thời gian giải trí nhàn rỗi.

Hãy xem xét việc ra quyết định của Sally, một nhà thiết kế phần mềm làm việc tự do. Sally thức 100 giờ đồng hồ một tuần. Cô dùng một ít thời gian để giải trí – đi xe đạp, xem TV và nghiên cứu kinh tế học. Cô dành phần thời gian còn lại để phát triển các phần mềm máy tính. Mỗi giờ làm việc đó cô kiếm được 50 đô la, khoản tiền mà cô sẽ dùng để tiêu dùng – mua thức ăn, quần áo và tải nhạc trực tuyến. Lương của Sally (50 đô la) phản ánh sự đánh đổi mà cô thực hiện giữa thời gian tiêu khiển và sự chi tiêu. Mỗi giờ rảnh rỗi mà cô mất đi là thêm một giờ làm việc và cô có thêm 50 đô la để chi tiêu.

Hình 13 biểu diễn đường ràng buộc ngân sách của Sally. Nếu cô dùng hết 100 giờ để tiêu khiển, cô sẽ không có gì để chi tiêu. Nếu cô dùng hết 100 giờ để làm việc, cô sẽ được mức thu nhập mỗi tuần là 5.000 đô la nhưng không có thời gian nghỉ ngơi. Nếu cô làm việc bình thường ở mức 40 giờ một tuần, cô có 60 giờ để nghỉ ngơi và có mức chi tiêu hàng tuần là 2.000 đô la.

Hình 13 dùng các đường bàng quan để biểu thị sự ưa thích của Sally đối với tiêu dùng và thời gian nghỉ ngơi. Ở đây tiêu dùng và thời gian nghỉ ngơi là hai hàng hóa mà Sally phải chọn. Vì Sally luôn muốn có nhiều thời gian rảnh rỗi và nhiều tiền để chi tiêu hơn, cô ưa thích những điểm nằm trên những đường bàng quan cao hơn những đường thấp. Với mức lương 50 đô la một giờ, Sally

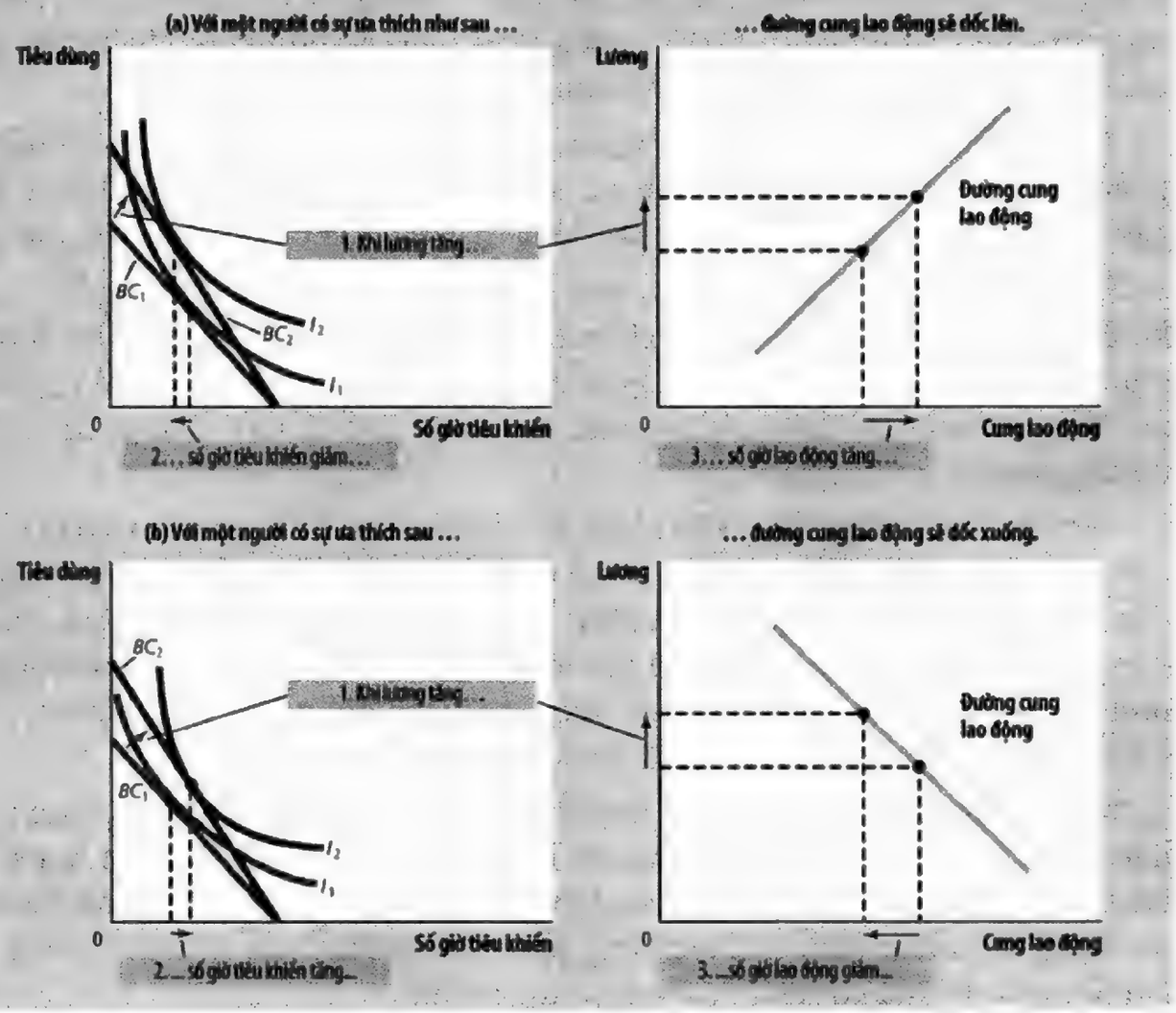


Hình 13
Quyết định giữa làm việc và tiêu khiển

Hình này thể hiện đường giới hạn ngân sách của Sally trong việc quyết định sẽ dành bao nhiêu thời gian để làm việc, những đường bàng quan của cô ấy đối với tiêu dùng và tiêu khiển và điểm tối ưu của cô ta.

Hình 14
Một sự tăng lên trong mức lương

Hai trường hợp trong hình này thể hiện cách mà một người có thể phản ứng trước một sự tăng lên trong mức lương. Những biểu đồ ở bên trái thể hiện đường ràng buộc ngân sách ban đầu của người tiêu dùng BC_1 và đường ràng buộc ngân sách mới BC_2, cùng với lựa chọn tối ưu của người tiêu dùng đối với tiêu dùng và tiêu khiển. Hai đồ thị phía bên phải biểu diễn những đường cung lao động tương ứng. Vì số giờ làm việc bằng với tổng thời gian trừ đi số giờ tiêu khiển, mọi sự thay đổi trong thời gian tiêu khiển ngầm chỉ một sự thay đổi theo hướng ngược lại trong cung lao động. Ở trường hợp (a), khi lương tăng lên, tiêu dùng tăng và tiêu khiển giảm, tạo nên đường cung lao động dốc lên. Ở trường hợp (b), khi lương tăng, cả tiêu dùng và tiêu khiển đều tăng, tạo nên đường cung lao động dốc xuống.



chọn một sự kết hợp của tiêu dùng và thời gian rảnh rỗi trên đường bàng quan cao nhất có được – đường I_2.

Giờ hãy xem xét chuyện gì sẽ xảy ra khi lương của Sally tăng lên từ mức 50 lên 60 đô la một giờ. Hình 14 biểu diễn hai trường hợp xảy ra. Trong mỗi trường hợp, đường ràng buộc ngân sách thể hiện ở đồ thị bên trái di chuyển từ BC_1 đến BC_2. Trong quá trình đó, đường ràng buộc ngân sách trở nên dốc hơn, phản ánh sự thay đổi trong mức giá tương đối: Với mức lương cao hơn, Sally có thể chi tiêu nhiều hơn cho mỗi giờ rảnh rỗi mà cô ta từ bỏ.

Sự ưa thích của Sally, như đã thể hiện bằng những đường bàng quan của cô, cho thấy cách mà quyết định của cô về sự chi tiêu và thời gian tiêu khiển phản ứng với mức lương cao hơn. Trong cả hai trường hợp, mức chi tiêu tăng lên. Lúc ấy sự phản ứng của thời gian tiêu khiển với sự thay đổi của mức lương khác nhau trong hai trường hợp. Trong trường hợp Hình 14(a), Sally phản ứng với

mức lương cao hơn bằng cách tiêu khiển ít đi. Trong Hình 14(b), Sally phản ứng bằng cách tiêu khiển nhiều hơn.

Quyết định của Sally giữa thời gian tiêu khiển và chi tiêu biểu lộ cung lao động của cô vì khi cô tiêu khiển càng nhiều, cô có ít thời gian hơn để làm việc. Trong mỗi trường hợp của Hình 14, hình bên phải biểu diễn đường cung lao động phát sinh từ quyết định của Sally. Trong Hình 14(a), một mức lương cao hơn khiến Sally tiêu khiển ít đi và làm việc nhiều hơn, thế nên đường cung lao động dốc lên. Trong Hình 14(b), một mức lương cao hơn khiến Sally tiêu khiển nhiều hơn và làm việc ít đi, đường cung lao động dốc xuống.

Thoạt tiên, đường cung lao động dốc xuống rất khó hiểu. Tại sao một người lại phản ứng với mức lương cao hơn bằng cách việc làm việc ít hơn? Câu trả lời đến từ việc xem xét tác động thu nhập và tác động thay thế của một mức lương cao hơn.

Đầu tiên hãy xét đến tác động thay thế. Khi lương của Sally tăng lên, sự tiêu khiển trở nên đắt đỏ hơn một cách tương đối so với tiêu dùng, và điều này thúc giục Sally thay thế tiêu khiển bằng tiêu dùng. Nói cách khác, tác động thay thế khiến Sally làm việc chăm chỉ hơn khi lương tăng, điều này có xu hướng sẽ làm đường cung lao động dốc lên.

Giờ hãy xét đến tác động thu nhập. Khi lương của Sally tăng lên, cô di chuyển đến một đường bàng quan cao hơn. Lúc này cô thỏa mãn hơn trước. Khi tiêu dùng và tiêu khiển là những hàng hóa thông thường, cô có xu hướng muốn sử dụng sự giàu có hơn này để có được một mức tiêu dùng cao hơn và đồng thời một mức tiêu khiển lớn hơn. Nói cách khác, tác động thu nhập khiến cô làm việc ít đi, việc này có xu hướng làm cho đường cung dốc xuống.

Kết quả là lý thuyết kinh tế không cho thấy một sự phán đoán rõ ràng về việc liệu một sự tăng lên trong mức lương khiến cô làm việc nhiều hơn hay ít hơn. Nếu tác động thay thế lớn hơn tác động thu nhập, cô làm việc nhiều hơn. Nếu tác động thu nhập vượt trội tác động thay thế, cô làm việc ít hơn. Đường cung lao động vì thế mà có thể dốc lên hay dốc xuống.

NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG — *Tác động thu nhập với cung lao động: Những xu hướng lịch sử, những người trúng số và phán đoán của Carnegie*

Ý tưởng của đường cung lao động dốc xuống ban đầu có vẻ chỉ là một sự tò mò trên lý thuyết, nhưng thực tế không phải vậy. Chứng cứ chỉ ra rằng đường cung lao động khi xem xét trong một khoảng thời gian dài thực sự dốc xuống. Một trăm năm trước, rất nhiều người làm việc sáu ngày mỗi tuần. Ngày nay, tuần làm việc năm ngày là chuyện phổ biến. Cùng lúc với sự rút ngắn số ngày lao động, lương của một công nhân bình thường (đã điều chỉnh lạm phát) tăng lên.

Cách mà các nhà kinh tế giải thích xu hướng lịch sử này như sau: Qua thời gian, sự phát triển của công nghệ làm tăng năng suất của công nhân và vì thế cầu lao động cũng tăng. Sự tăng lên trong cầu lao động làm tăng mức lương cân

bằng trên thị trường. Khi các mức lương tăng lên, những lợi ích từ lao động cũng tăng theo. Lúc này, thay vì phản ứng với sự tăng động lực lao động này bằng cách làm việc nhiều hơn, phần lớn công nhân quyết định nhận một phần sự sung túc cao hơn của họ dưới dạng tiêu khiển nhiều hơn. Nói cách khác, tác động thu nhập của những mức lương cao lấn át tác động thay thế.

Bằng chứng sâu sắc hơn về việc tác động thu nhập ảnh hưởng mạnh lên cung lao động đến từ một dạng dữ liệu đặc biệt: những người trúng xổ số. Những người trúng xổ số lớn thấy được mức tăng khổng lồ trong thu nhập của họ và kết quả là sự dịch chuyển lớn của những đường ràng buộc ngân sách. Tuy nhiên, vì lương của những người trúng số vẫn không đổi nên độ dốc của đường ràng buộc ngân sách của họ vẫn như cũ. Vì thế, không có tác động thay thế nào. Bằng cách phân tích hành vi của những người trúng số, chúng ta có thể tách biệt tác động thu nhập lên cung lao động.

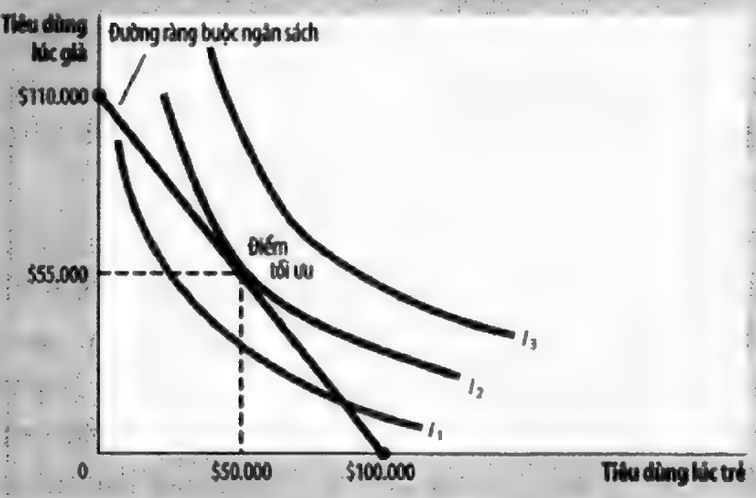
Các kết quả của những nghiên cứu về những người trúng số rất ấn tượng. Trong những người trúng hơn 50.000 đô la, gần 25% nghỉ việc trong vòng 1 năm, 9% khác giảm số giờ lao động của mình. Trong những người trúng hơn 1 triệu đô la, gần 40% ngừng làm việc. Tác động thu nhập lên cung lao động của việc trúng những món số xố lớn là rất sâu sắc.

Những kết quả tương tự cũng được tìm thấy trong một nghiên cứu năm 1993 đã được xuất bản trong tạp chí *Quarterly Journal of Economics* về tác động của việc nhận được các khoản thừa kế ảnh hưởng đến đường cung lao động của một cá nhân. Nghiên cứu này chỉ ra rằng một người được thừa kế nhiều hơn 150.000 đô la có xu hướng dừng làm việc cao hơn gấp bốn lần một người được hưởng khoản thừa kế ít hơn 25.000 đô la. Kết quả này sẽ không khiến nhà công nghiệp thế kỷ 19 Andrew Carnegie ngạc nhiên. Carnegie đã cảnh báo rằng "những phụ huynh để lại cho con cái mình những món thừa kế khổng lồ vô hình chung sẽ làm lu mờ tài năng, giảm ý chí của chúng, và xúi giục chúng sống một cuộc sống kém có ích và ít giá trị hơn cuộc sống vốn có." Qua đó, Carnegie nhìn nhận rằng tác động thu nhập lên cung lao động là rất lớn và, trên góc nhìn rất gia trưởng của ông, là rất đáng tiếc. Suốt cuộc đời mình cho đến lúc chết, Carnegie dành rất nhiều trong khối tài sản khổng lồ của mình cho từ thiện. ■

Lãi suất tác động lên tiết kiệm của hộ gia đình như thế nào?

Một quyết định quan trọng mà mỗi người phải đối diện là việc sẽ tiêu dùng bao nhiêu thu nhập trong hiện tại và tiết kiệm bao nhiêu cho tương lai. Chúng ta có thể sử dụng lý thuyết về sự lựa chọn của người tiêu dùng để phân tích cách mọi người quyết định vấn đề này và việc khoản tiết kiệm của họ phụ thuộc vào lãi suất mà nó có được như thế nào.

Hãy xét việc ra quyết định của Sam, một công nhân đang lên kế hoạch nghỉ hưu. Để đơn giản hóa vấn đề, hãy chia cuộc đời của Sam ra làm hai giai đoạn. Trong giai đoạn đầu, Sam còn trẻ và đi làm. Trong giai đoạn sau, anh ta đã già và nghỉ hưu. Lúc trẻ, Sam kiếm được 100.000 đô la. Anh phân chia khoản thu nhập này thành khoản tiêu dùng ngay và khoản tiết kiệm. Khi anh già đi, Sam



Hình 15
Quyết định chi tiêu - tiết kiệm

Hình bên biểu diễn đường giới hạn ngân sách của một cá nhân đang phải ra quyết định chi tiêu cho mỗi giai đoạn cuộc sống, các đường bàng quan thể hiện sự ưa thích của anh ta và lựa chọn tối ưu đạt được.

sẽ tiêu dùng những gì mà anh ấy đã tiết kiệm, gồm cả khoản lãi mà món tiết kiệm của anh mang lại.

Giả sử lãi suất là 10%. Khi đó với mỗi đô la mà Sam tiết kiệm được lúc còn trẻ, anh ta có thể tiêu dùng 1,10 đô la khi về già. Chúng ta có thể coi "việc tiêu dùng lúc trẻ" và "việc tiêu dùng khi già" như hai hàng hóa mà Sam phải chọn lựa. Mức lãi suất thể hiện mức giá tương đối của hai hàng hóa này. Hình 15 biểu diễn đường ràng buộc ngân sách của Sam. Nếu anh ta không tiết kiệm một đồng nào, anh ta tiêu hết 100.000 đô la lúc trẻ và không còn gì để chi tiêu khi về già. Nếu anh ta tiết kiệm hết, anh ta không chi tiêu gì lúc trẻ và có 110.000 đô la để chi tiêu khi về già. Đường ràng buộc ngân sách thể hiện hai trường hợp này và tất cả các trường hợp ở giữa chúng.

Hình 15 dùng những đường bàng quan để đại diện cho sự ưa thích của Sam đối với chi tiêu trong hai giai đoạn. Vì Sam đều muốn tiêu dùng nhiều hơn ở cả hai giai đoạn. anh sẽ ưa thích những điểm ở trên những đường bàng quan cao hơn là những đường ở thấp. Với sự ưa thích như vậy, Sam chọn lấy sự kết hợp tối ưu của việc tiêu dùng ở cả hai giai đoạn cuộc đời, đó chính là điểm trên đường giới hạn ngân sách và cũng ở trên đường bàng quan cao nhất có thể có. Ở điểm tối ưu này, Sam tiêu dùng 50.000 đô la lúc trẻ và 55.000 đô la khi về già.

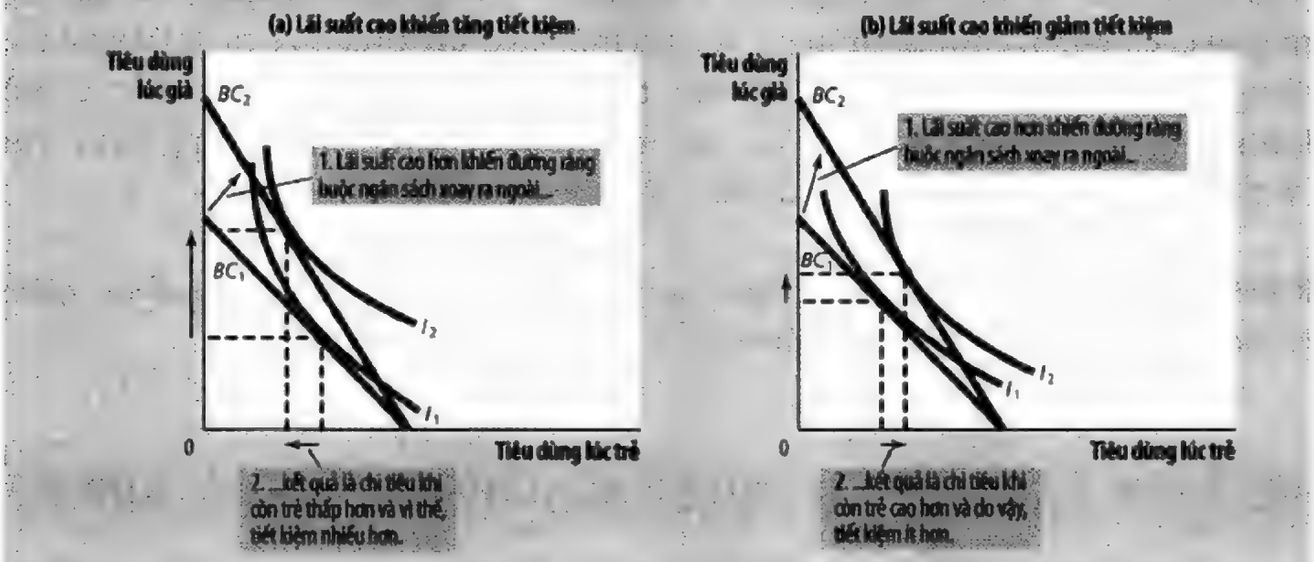
Bây giờ hãy xem việc gì sẽ xảy ra khi lãi suất tăng từ 10% lên 20%. Hình 16 thể hiện hai kết quả có thể xảy ra. Trong cả hai trường hợp, đường giới hạn ngân sách dịch chuyển ra ngoài và trở nên dốc hơn. Ở mức lãi suất mới, Sam có thể chi tiêu nhiều hơn khi về già với mỗi đô la mà anh ta không chi tiêu lúc trẻ.

Hai đồ thị trong Hình 16 thể hiện các kết quả ứng với những sự ưa thích khác nhau của Sam. Trong cả hai trường hợp, tiêu dùng lúc về già tăng lên. Lúc này phản ứng của việc tiêu dùng lúc trẻ đối với sự thay đổi trong lãi suất là khác nhau trong hai trường hợp. Ở đồ thị 16(a), Sam phản ứng với lãi suất cao hơn bằng cách tiêu dùng ít đi khi còn trẻ. Ở đồ thị 16(b), Sam phản ứng bằng cách tiêu dùng nhiều hơn khi còn trẻ.

Khoản tiết kiệm của Sam là thu nhập của anh ta khi còn trẻ trừ đi phần anh ta tiêu dùng khi còn trẻ. Ở đồ thị 16(a), tiêu dùng lúc trẻ giảm khi lãi suất tăng,

Hình 16
Một sự tăng lên trong lãi suất

Trong cả hai đồ thị, một sự tăng lên trong lãi suất dịch chuyển đường ràng buộc ngân sách ra bên ngoài. Trong đồ thị (a), tiêu dùng lúc trẻ giảm xuống và tiêu dùng lúc già tăng lên. Kết quả là tiết kiệm lúc còn trẻ tăng lên. Trong đồ thị (b), tiêu dùng trong cả hai giai đoạn đều tăng. Kết quả là một sự giảm xuống trong tiết kiệm khi còn trẻ.



vì thế mà tiết kiệm phải tăng lên. Ở đồ thị 16(b), Sam tiêu dùng nhiều hơn khi còn trẻ, thế nên tiết kiệm sẽ giảm.

Trường hợp trong Hình 16(b) trông có vẻ lạ: Sam phản ứng với một sự tăng lên trong lợi ích của tiết kiệm bằng việc tiết kiệm ít đi. Thực tế thì việc này không quá lạ như những gì nó thể hiện. Chúng ta có thể hiểu nó bằng cách xem xét tác động thu nhập và tác động thay thế của một mức lãi suất cao hơn.

Đầu tiên ta xem xét tác động thay thế. Khi lãi suất tăng lên, tiêu dùng lúc già trở nên rẻ hơn tương đối so với tiêu dùng lúc trẻ. Thế nên, tác động thay thế khiến Sam chi tiêu nhiều hơn lúc về già và ít hơn khi còn trẻ. Nói cách khác, tác động thay thế khiến Sam tiết kiệm nhiều hơn.

Bây giờ hãy xem xét tác động thu nhập. Khi lãi suất tăng, Sam chuyển tới một đường bàng quan cao hơn. Giờ anh ta đã sung túc hơn trước. Nếu sự tiêu dùng ở cả hai giai đoạn là những hàng hóa thông thường, anh ta có xu hướng muốn sử dụng sự sung túc tăng thêm này để hưởng thụ mức tiêu dùng nhiều hơn ở cả hai giai đoạn. Nói cách khác, tác động thu nhập khiến anh ta tiết kiệm ít hơn.

Kết quả cuối cùng phụ thuộc vào cả tác động thu nhập và tác động thay thế. Nếu tác động thay thế của một mức lãi suất cao hơn vượt trội tác động thu nhập, Sam sẽ tiết kiệm nhiều hơn. Nếu tác động thu nhập vượt trội tác động thay thế, Sam sẽ ít tiết kiệm lại. Vậy nên, lý thuyết về sự lựa chọn của người tiêu dùng phát biểu rằng một sự tăng lên trong lãi suất vừa có thể khuyến khích tiết kiệm, vừa có thể khiến giảm tiết kiệm.

Kết quả không rõ ràng này thú vị trên quan điểm của lý thuyết kinh tế, nhưng nó lại đáng buồn trên quan điểm chính sách. Có thể thấy rằng một vấn đề quan trọng trong chính sách thuế một phần xoay quanh cách mà tiết kiệm phản ứng với lãi suất. Một số nhà kinh tế đã kêu gọi giảm thuế đánh vào tiền lãi và thu nhập trên vốn. Họ lập luận rằng một chính sách giảm thuế sẽ làm

tăng mức lãi suất sau thuế mà những người tiết kiệm có thể có được và vì thế sẽ khuyến khích người ta tiết kiệm nhiều hơn. Những nhà kinh tế khác đã lập luận rằng vì sự bù trừ của tác động thu nhập và tác động thay thế, một chính sách như vậy có thể không làm tăng tiết kiệm và thậm chí có thể làm giảm nó. Không may là các nghiên cứu đã không mang tới một sự đồng thuận về cách lãi suất tác động đến tiết kiệm. Kết quả là vẫn tồn tại một sự không nhất trí giữa các nhà kinh tế về việc liệu những thay đổi trong chính sách thuế nhằm tăng tiết kiệm có thực sự có hiệu quả như dự định.

KIỂM TRA NHANH: *Giải thích cách một sự tăng lên trong mức lương có thể làm giảm lượng thời gian một người muốn làm việc.*

KẾT LUẬN: CON NGƯỜI CÓ THỰC SỰ NGHĨ THEO HƯỚNG NÀY KHÔNG?

Lý thuyết về sự lựa chọn của người tiêu dùng mô tả cách mọi người ra quyết định. Như chúng ta đã thấy, nó có khả năng ứng dụng rộng. Nó có thể giải thích cách một người chọn giữa pizza và Pepsi, làm việc và tiêu khiển, tiêu dùng và tiết kiệm và hơn thế nữa.

Tuy nhiên lúc này bạn có thể cảm thấy cần phải xem xét lý thuyết người tiêu dùng với một chút hoài nghi. Cuối cùng thì bạn là một người tiêu dùng. Bạn quyết định sẽ mua gì mỗi khi bước vào một cửa hàng? Và bạn biết rằng bạn không làm việc đó bằng cách vẽ ra những đường giới hạn ngân sách và những đường bàng quan. Chẳng phải điều này đi ngược lại với lý thuyết sao?

Câu trả lời là không. Lý thuyết người tiêu dùng không cố gắng thể hiện một sự tính toán theo nghĩa đen về cách mà con người ra quyết định. Nó là một mô hình. Và như chúng ta đã thảo luận ban đầu trong Chương 2, những mô hình không có xu hướng trở nên thực tế một cách hoàn toàn.

Cách tốt nhất để nhìn nhận lý thuyết người tiêu dùng là coi nó như một phép ẩn dụ cho cách mà người tiêu dùng ra quyết định. Không người tiêu dùng nào (ngoại trừ một số nhà kinh tế nào đó) thực hiện hết các bước tối ưu hóa đã chỉ ra trong lý thuyết. Đến giờ những người tiêu dùng vẫn biết rằng lựa chọn của họ bị giới hạn bởi các nguồn lực tài chính. Với những giới hạn đó, họ làm điều tốt nhất có thể để có được mức thỏa mãn cao nhất. Lý thuyết về sự lựa chọn của người tiêu dùng cố gắng mô tả quá trình tâm lý ngấm ngầm này theo cách cho phép sự có mặt của các phân tích kinh tế rõ ràng.

Qua nhiều thử thách mới biết được giá trị, các ứng dụng đã được tiến hành để kiểm định lý thuyết này. Trong phần cuối của chương này, chúng ta đã áp dụng lý thuyết về sự lựa chọn của người tiêu dùng để giải thích ba vấn đề thực tế của nền kinh tế. Nếu bạn theo những khóa học nâng cao hơn về kinh tế học, bạn sẽ thấy rằng lý thuyết này cung cấp một khung phân tích cho nhiều nghiên cứu khác.

TÓM TẮT

- Đường ràng buộc ngân sách của một người tiêu dùng thể hiện những sự kết hợp có thể có của những hàng hóa mà anh ta có thể mua với thu nhập và giá cả hàng hóa cho trước. Độ dốc của đường ràng buộc ngân sách bằng với mức giá tương đối của các hàng hóa.
- Những đường bàng quan của người tiêu dùng thể hiện sự ưa thích của anh ta. Một đường bàng quan thể hiện những gói hàng hóa khác nhau có thể khiến người tiêu dùng thỏa mãn như nhau. Những điểm trên những đường bàng quan cao hơn được ưa thích hơn những điểm trên các đường thấp hơn. Độ dốc của một đường bàng quan tại mỗi điểm chính là tỷ lệ thay thế biên của người tiêu dùng – tỷ lệ mà người tiêu dùng sẵn sàng đánh đổi một hàng hóa lấy hàng hóa khác.
- Người tiêu dùng tối đa hóa độ thỏa dụng bằng cách chọn điểm trên đường ràng buộc ngân sách của mình sao cho điểm đó nằm trên đường bàng quan cao nhất có được. Tại điểm này, độ dốc của đường bàng quan (tỷ lệ thay thế biên giữa các hàng hóa) bằng với độ dốc của đường ràng buộc ngân sách (mức giá tương đối của các hàng hóa).
- Khi giá một hàng hóa nào đó giảm, tác động lên hành vi của người tiêu dùng có thể được chia ra thành tác động thu nhập và tác động thay thế. Tác động thu nhập là sự thay đổi trong tiêu dùng phát sinh bởi một mức giá thấp hơn khiến người tiêu dùng trở nên sung túc hơn. Tác động thay thế là sự thay đổi trong tiêu dùng xuất hiện bởi một sự thay đổi giá khuyến khích sự tiêu dùng nhiều hơn đối với hàng hóa trở nên rẻ hơn một cách tương đối. Tác động thu nhập được phản ánh trong sự di chuyển từ một đường bàng quan thấp hơn đến một đường bàng quan cao hơn trong khi tác động thay thế được phản ánh bằng một sự di chuyển dọc theo đường bàng quan tới một điểm có độ dốc khác.
- Lý thuyết về sự lựa chọn của người tiêu dùng có thể được áp dụng trong nhiều trường hợp. Nó giải thích tại sao những đường cầu có thể lúc nào đó dốc lên, tại sao những mức lương cao hơn vừa có thể làm tăng hoặc làm giảm lượng cung lao động, và tại sao những mức lãi suất cao hơn vừa có thể làm tăng hoặc làm giảm tiết kiệm.

KHÁI NIỆM THEN CHỐT

Ràng buộc ngân sách	budget constraint
Đường bàng quan	indifference curve
Tỷ lệ thay thế biên	marginal rate of substitution
Hàng hóa thay thế hoàn hảo	perfect substitutes
Hàng hóa bổ sung hoàn hảo	perfect complements
Hàng hóa thông thường	normal good

Hàng hóa thứ cấp	inferior good
Tác động thu nhập	income effect
Tác động thay thế	substitution effect
Hàng hóa Giffen	Giffen good

CÂU HỎI ÔN TẬP

1. Vẽ những đường bàng quan của một người tiêu dùng với hai sản phẩm: rượu vang và phô mai. Mô tả và giải thích bốn tính chất của những đường bàng quan ấy.
2. Một người tiêu dùng có thu nhập 3.000 đô la. Rượu vang có giá 3 đô la một ly và phô mai có giá 6 đô la một pound (khoảng 454 gram). Hãy vẽ đường ràng buộc ngân sách của người tiêu dùng. Độ dốc của đường ràng buộc ngân sách này là bao nhiêu?
3. Thể hiện đường ràng buộc ngân sách và những đường bàng quan của một người tiêu dùng cho hai sản phẩm: rượu vang và phô mai. Chỉ ra hành vi lựa chọn tối ưu của người tiêu dùng. Nếu giá của một ly rượu là 3 đô la và giá của một pound phô mai là 6 đô la, tỷ lệ thay thế biên là bao nhiêu ở mức tối ưu này?
4. Chọn một điểm trên một đường bàng quan của hai mặt hàng: rượu vang và phô mai và chỉ ra tỷ lệ thay thế biên tại điểm đó. Tỷ lệ thay thế biên cho chúng ta biết điều gì?
5. Giá của một pound phô mai tăng từ 6 lên 10 đô la trong khi giá của rượu vang vẫn là 3 đô la cho mỗi ly. Với một người tiêu dùng có thu nhập cố định ở mức 3.000 đô la, hãy cho biết việc gì sẽ xảy ra đối với mức tiêu dùng rượu vang và phô mai. Hãy tách thay đổi đó ra thành tác động thu nhập và tác động thay thế.
6. Một sự tăng lên trong giá phô mai có thể khiến người tiêu dùng mua nhiều phô mai hơn được không? Giải thích.
7. Một người tiêu dùng hai sản phẩm rượu vang và phô mai được tăng lương, vì thế thu nhập của anh ta tăng từ 3.000 lên 4.000 đô la. Hãy cho biết chuyện gì sẽ xảy ra nếu cả rượu vang và phô mai là những hàng hóa thông thường. Chuyện gì sẽ xảy ra nếu phô mai là hàng hóa thứ cấp.

BÀI TẬP VÀ ỨNG DỤNG

1. So sánh hai cặp sản phẩm sau:

- Coca Cola và Pepsi
- Ván trượt tuyết và thiết bị cố định chân vào ván trượt tuyết

a. Cặp sản phẩm nào là sản phẩm bổ sung? Cặp sản phẩm là sản phẩm thay thế?

b. Trường hợp nào mà bạn kỳ vọng đường bàng quan sẽ khá thẳng? Trường hợp nào bạn kỳ vọng rằng đường bàng quan sẽ rất cong về gốc tọa độ?

c. Trường hợp nào người tiêu dùng sẽ phản ứng nhiều hơn tới sự thay đổi trong mức giá tương đối của hai sản phẩm?

2. Jenifer phân chia thu nhập giữa cà phê và bánh sừng bò (cả hai đều là hàng hóa thông thường). Một đợt sương sớm ở Brazil khiến giá cà phê tăng lên rất nhiều ở Hoa Kỳ.

a. Chỉ ra tác động của đợt sương mù lên đường ràng buộc ngân sách của Jenifer.

b. Chỉ ra tác động của đợt sương mù lên gói tiêu dùng tối ưu của Jenifer với giả định rằng tác động thay thế vượt trội hơn tác động thu nhập cho mặt hàng bánh sừng bò.

c. Chỉ ra tác động của đợt sương mù lên gói tiêu dùng tối ưu của Jenifer với giả định rằng tác động thu nhập vượt trội tác động thay thế cho mặt hàng bánh sừng bò.

3. Jim chỉ mua sữa và bánh quy.

a. Trong năm 1, Jim kiếm được 100 đô la, sữa có giá 2 đô la một chai và bánh quy có giá 4 đô la một tá. Vẽ đường ràng buộc ngân sách của Jim.

b. Bây giờ giả sử rằng mọi mức giá đều tăng 10% trong năm 2 và lương của Jim cũng tăng 10%. Hãy vẽ đường ràng buộc ngân sách mới của Jim. Sự kết hợp tối ưu của hai sản phẩm: sữa và bánh quy trong năm 2 như thế nào so với sự kết hợp tối ưu trong năm 1.

4. Bạn chỉ mua sô đa và pizza. Một ngày, giá của sô đa tăng lên, giá của pizza giảm xuống và bạn chỉ thấy thỏa mãn bằng mức trước khi các mức giá thay đổi.

a. Minh họa tình huống này bằng biểu đồ.

b. Sự tiêu dùng của bạn đối với hai hàng hóa này thay đổi như thế nào? Phản ứng của bạn phụ thuộc vào tác động thu nhập và tác động thay thế như thế nào?

c. Bạn có thể mua gói những hàng hóa sô đa và pizza mà bạn đã mua trước khi các mức giá thay đổi không?

5. Mario chỉ mua phô mai và bánh giòn.

a. Phô mai và bánh giòn có thể đều là hàng hóa thứ cấp đối với Mario không? Giải thích.

b. Giả sử rằng phô mai là hàng hóa thông thường đối với Mario trong khi bánh giòn là một hàng hóa thứ cấp. Nếu giá của phô mai giảm, điều gì sẽ xảy ra cho việc tiêu dùng của Mario đối với sản phẩm bánh giòn? Điều gì sẽ xảy ra đối với sự tiêu dùng sản phẩm phô mai? Giải thích.

6. Những phát biểu sau đúng hay sai. Giải thích câu trả lời của bạn.

a. "Mọi hàng hóa Giffen đều là hàng hóa thứ cấp."

b. "Mọi hàng hóa thứ cấp đều là hàng hóa Giffen."

7. Hãy xem xét quyết định của bạn về số giờ làm việc.

   a. Vẽ đường ràng buộc ngân sách với giả định bạn không phải đóng thuế thu nhập. Trên cùng biểu đồ, vẽ thêm một đường ràng buộc ngân sách khác với giả định bạn phải đóng 15% thuế thu nhập.

   b. Chỉ ra cách mà thuế có thể dẫn tới số giờ lao động nhiều hơn, ít hơn hoặc không đổi. Giải thích.

8. Một sinh viên đại học có hai lựa chọn cho bữa ăn: ăn ở phòng ăn với giá 6 đô la một bữa và ăn một cốc súp ăn liền với giá 1,5 đô la một bữa. Ngân sách cho thức ăn của anh ta là 60 đô la mỗi tuần.

   a. Vẽ đường ràng buộc ngân sách chỉ ra sự đánh đổi giữa việc ăn ở phòng ăn với việc ăn súp ăn liền. Giả định rằng anh ta tiêu những khoản tiền bằng nhau cho mỗi hàng hóa, vẽ một đường bàng quan chỉ ra quyết định tối ưu này. Đặt tên cho nó là điểm A.

   b. Giả sử giá mỗi cốc súp ăn liền lúc này tăng lên 2 đô la. Sử dụng biểu đồ của bạn ở Câu (a), hãy chỉ ra hệ quả của sự thay đổi giá này. Giả sử người sinh viên của chúng ta lúc này chỉ tiêu dùng 30% thu nhập của anh ấy cho các bữa ăn ở phòng ăn. Đặt tên điểm tối ưu mới là điểm B.

   c. Điều gì xảy ra với số cốc súp ăn liền được tiêu dùng như là kết quả của sự thay đổi giá trên? Kết quả này cho thấy gì về tác động thu nhập và tác động thay thế. Giải thích.

   d. Dùng các điểm A và B để vẽ đường cầu cho những cốc súp ăn liền. Loại hàng hóa này được gọi là gì?

9. Vẽ đường bàng quan cho một người nào đó quyết định việc phân bổ thời gian giữa làm việc và tiêu khiển. Giả sử mức lương tăng lên. Tiêu dùng của người đó có thể giảm xuống không? Điều này có hợp lý không? Hãy bình luận. (Gợi ý: Nghĩ về tác động thu nhập và tác động thay thế.)

10. Sarah thức 100 giờ một tuần. Hãy dùng một biểu đồ để chỉ ra đường ràng buộc ngân sách của Sarah nếu cô kiếm được 6, 8 và 10 đô la mỗi giờ. Giờ hãy vẽ những đường bàng quan sao cho đường cung lao động của Sarah dốc lên khi lương ở giữa mức 6 đô la và 8 đô la mỗi giờ, và dốc xuống khi lương vào khoảng 8 đô la đến 10 đô la mỗi giờ.

11. Xét quyết định của một cặp vợ chồng về việc có bao nhiêu đứa con. Giả sử trong suốt cuộc đời một cặp vợ chồng có 200.000 giờ để vừa làm việc và nuôi con. Mức lương là 10 đô la mỗi giờ. Nuôi nấng một đứa trẻ chiếm một lượng thời gian 20.000 giờ.

    a. Vẽ đường ràng buộc ngân sách thể hiện sự đánh đổi giữa chi tiêu trong cuộc đời và số đứa trẻ mà họ muốn có. (Bỏ qua yếu tố số đứa trẻ phải là số nguyên.) Vẽ những đường bàng quan và thể hiện một hành vi tối ưu.

b. Giả sử lương tăng lên 12 đô la mỗi giờ. Hãy cho biết đường ràng buộc ngân sách dịch chuyển như thế nào? Sử dụng các khái niệm tác động thu nhập và tác động thay thế, hãy thảo luận tác động của thay đổi trên lên số trẻ được sinh ra và mức tiêu dùng trong suốt cuộc đời.

c. Chúng ta thấy rằng, khi xã hội trở nên giàu có hơn và các mức lương tăng lên, con người thường sinh ít con hơn. Thực tế này có thống nhất với lý thuyết từ mô hình không? Giải thích.

12. Daniel là một sinh viên chăm chỉ luôn muốn có được những điểm A (điểm cao nhất theo hệ thống đánh giá môn học tại các trường đại học ở Mỹ – chú thích của người dịch), nhưng anh ta cũng rất thích xem phim. Daniel không ngủ 100 giờ mỗi tuần, và học hành và xem phim là hai hoạt động duy nhất anh ta thực hiện. Daniel phải học tập 20 giờ mỗi tuần cho mỗi điểm A muốn có. Mỗi bộ phim kéo dài 2 giờ.

a. Hãy vẽ đường ràng buộc ngân sách của Daniel để chỉ ra sự đánh đổi giữa những điểm A mà anh ta nhận được và số bộ phim mà anh ta có thể xem. Giả định rằng anh ta thấy thỏa mãn nhất khi anh ta có được 3 điểm A, hãy vẽ một đường bàng quan chỉ ra lựa chọn tối ưu của anh ta trong việc lựa chọn giữa học và xem phim. Mỗi tuần anh ta xem bao nhiêu bộ phim?

Khi một học kỳ mới bắt đầu, Daniel quyết định bỏ qua một bên hoàn cảnh khó khăn của bản thân. Mỗi môn học lúc này đòi hỏi anh ta học 25 giờ một tuần để có được điểm A.

b. Hãy vẽ đường ràng buộc ngân sách mới của anh ta. Chỉ ra lựa chọn tối ưu của anh ta. Hiệu ứng tương đối của hai tác động thu nhập và thay thế ảnh hưởng đến việc anh ta nhận được điểm tốt hay kém và việc anh ta có thể xem phim nhiều hơn hay ít hơn như thế nào?

13. Năm người tiêu dùng có những độ thỏa dụng biên đối với hai sản phẩm táo và lê như sau:

	Độ thỏa dụng biên của táo	Độ thỏa dụng biên của lê
Jerry	12	6
George	6	6
Elaine	6	3
Kramer	3	6
Newman	12	3

Giá của một trái táo là 2 đô la và giá của một trái lê là 1 đô la. Ai trong số năm người tiêu dùng này đang tối ưu hóa hành vi tiêu dùng trái cây này (nếu có)? Với những người không đạt mức tối ưu, họ nên thay đổi việc chi tiêu của mình như thế nào?

14. Nhà kinh tế học George Stigler từng viết rằng, theo lý thuyết về sự lựa chọn của người tiêu dùng, "nếu những người tiêu dùng không mua ít hơn một hàng hóa nào đó khi thu nhập của họ tăng lên, họ chắc chắn sẽ mua nó ít

hơn khi giá của nó tăng lên." Giải thích kết luận này với khái niệm tác động thu nhập và tác động thay thế.

15. Hệ thống phúc lợi xã hội đem lại thu nhập cho những gia đình nghèo. Thông thường thì khoản lớn nhất sẽ được trao cho những gia đình không có thu nhập, sau đó, khi những gia đình này bắt đầu có thu nhập, khoản phúc lợi sẽ giảm xuống dần và cuối cùng sẽ không còn nữa. Hãy xem xét những tác động có thể có của chương trình này lên đường cung lao động của một gia đình.
    a. Vẽ đường ràng buộc ngân sách của một gia đình với giả định rằng hệ thống phúc lợi xã hội không tồn tại. Trên cùng biểu đồ đó, vẽ một đường ràng buộc ngân sách trong trường hợp tồn tại một hệ thống phúc lợi xã hội.
    b. Hãy thêm những đường bàng quan vào biểu đồ của bạn, chỉ ra cách mà hệ thống phúc lợi xã hội có thể làm giảm số giờ lao động của hộ gia đình. Giải thích bằng tác động thu nhập và tác động thay thế.
    c. Sử dụng biểu đồ của bạn trong Câu (b), chỉ ra tác động của hệ thống phúc lợi xã hội lên phúc lợi của hộ gia đình.

Để biết thêm thông tin về chủ đề của chương này, hãy ghé thăm website của chúng tôi tại *www.cengage.com/international* để xem thêm bài tập, ứng dụng, ví dụ, các bài kiểm tra trực tuyến và các nội dung khác.

22

NHỮNG HƯỚNG NGHIÊN CỨU MỚI TRONG KINH TẾ HỌC VI MÔ

Kinh tế học là khoa học về lựa chọn của con người và hệ quả của lựa chọn đó trong mối tương tác với những người khác. Như chúng ta đã thấy trong những chương trước, môn khoa học này có nhiều khía cạnh, và sẽ là sai lầm cho những ai nghĩ rằng những khía cạnh chúng ta đã xem xét có thể tạo nên một môn khoa học đầy đủ, hoàn hảo và bất biến. Như những nhà khoa học ở các môn khoa học khác, các nhà kinh tế học luôn tìm kiếm những vấn đề mới để nghiên cứu cũng như những hiện tượng mới cần được giải thích. Chương cuối này về kinh tế vi mô đề cập một cách có thứ tự ba hướng nghiên cứu mới của môn học, để thấy cách những nhà kinh tế học mở rộng hiểu biết của họ về hành vi của con người và xã hội.

Vấn đề thứ nhất là kinh tế học về *thông tin bất cân xứng*. Trong nhiều tình huống, một số người có được thông tin nhiều hơn những người khác, sự không cân bằng về thông tin ảnh hưởng đến cách họ ra quyết định cũng như cách họ tương tác với người khác. Đi sâu vào sự bất cân xứng ở chương này, qua những phân tích về thị trường xe hơi cũ và thói quen trong vấn đề tặng quà, có thể làm sáng tỏ nhiều vấn đề thực tiễn.

Vấn đề thứ hai được phân tích là về *kinh tế chính trị*. Xuyên suốt cuốn sách này, chúng ta gặp nhiều ví dụ mà các cơ chế thị trường gặp thất bại trong khi chính sách từ chính phủ lại "có khả năng" cải thiện vấn đề. Ở đây, "có khả năng" là một từ hạn định cần thiết vì việc khả năng này có được nhìn nhận hay không lệ thuộc vào cách mà các thể chế chính trị đang hoạt động. Lĩnh vực kinh tế chính trị sử dụng các công cụ kinh tế học để phân tích sự vận hành của các chính phủ.

Vấn đề thứ ba trong chương này là *kinh tế học hành vi*. Lĩnh vực này mang những quan điểm tâm lý học vào những vấn đề kinh tế. Nó cho chúng ta cái nhìn về hành vi con người theo một khía cạnh tinh tế và phức tạp hơn những gì có được từ các lý thuyết kinh tế truyền thống, một cái nhìn có thể thực tế hơn.

Chương này đề cập rất nhiều vấn đề. Nó có thể không mang đến một cái nhìn đầy đủ về cả ba lĩnh vực trên mà thay vào đó là những hiểu biết tổng quát. Một

mặt là để chỉ ra một số định hướng mà các nhà kinh tế học đang nhắm đến trong nỗ lực mở rộng hiểu biết về việc nền kinh tế này vận hành ra sao. Mặt khác là để kích thích sự ham muốn của độc giả với nhiều vấn đề hơn trong kinh tế học.

THÔNG TIN BẤT CÂN XỨNG

"Tôi biết cái mà bạn không biết." Khẳng định này là câu đùa cợt thường thấy của trẻ con, nhưng nó cũng hàm chứa những sự thật sâu xa về cách mà đôi khi con người vẫn hành xử với nhau. Rất nhiều khi trong cuộc sống một người nào đó biết rõ cái gì đang xảy ra hơn những người khác. Một sự khác biệt trong khả năng tiếp cận thông tin liên quan được gọi là một *sự bất cân xứng về thông tin*.

Có rất nhiều ví dụ quanh ta. Một công nhân biết nhiều hơn ông chủ của mình về mức cố gắng mà anh ta dành cho công việc. Một người bán xe hơi hiểu rõ hơn người mua về hiện trạng của chiếc xe được bán. Trường hợp thứ nhất là một ví dụ của *hành vi được che đậy* trong khi trường hợp thứ hai là ví dụ về những *tính chất bị che giấu*. Trong từng trường hợp, bên không được thông tin (người thuê mướn lao động, người mua xe cũ) muốn được biết những thông tin cần thiết nhưng bên có thông tin (người công nhân, người bán xe) có thể có động cơ che giấu chúng.

Vì bất cân xứng thông tin rất phổ biến, trong vài thập kỷ gần đây, các nhà kinh tế học đã dành nhiều nỗ lực để nghiên cứu ảnh hưởng của nó. Giải Nobel kinh tế năm 2001 được trao cho ba nhà kinh tế (George Akerlof, Michael Spence và Joseph Stiglitz) vì những công trình tiên phong của họ về vấn đề này. Chúng ta hãy cùng nghiên cứu vài kết quả mà nghiên cứu trên đã tìm ra.

Hành vi được che đậy: chủ thể, tác nhân và rủi ro đạo đức

Rủi ro đạo đức[1] là vấn đề nảy sinh khi một cá nhân (**tác nhân**[2]) đang làm một nhiệm vụ nào đó thay cho (nhân danh) một cá nhân khác (**chủ thể**[3]). Nếu chủ thể không thể giám sát hành vi của tác nhân một cách đầy đủ, tác nhân có xu hướng dành ít cố gắng hơn những gì mà chủ thể mong muốn. Cụm từ rủi ro đạo đức ám chỉ nguy cơ về những hành vi không đúng hay nói cách khác là "phi đạo đức" của tác nhân. Trong tình huống đó, chủ thể thường dùng nhiều cách để khuyến khích tác nhân hành xử có trách nhiệm hơn.

Quan hệ thuê mướn lao động trên là một ví dụ kinh điển. Người sử dụng lao động chính là "chủ thể" và người lao động chính là "tác nhân". Vấn đề rủi ro đạo đức là chính động cơ của những công nhân không bị giám sát một cách hiệu quả tìm cách lảng tránh nghĩa vụ đầy đủ của họ. Chủ thể có thể ứng phó với vấn đề này theo nhiều cách:

---

1. **Rủi ro đạo đức**: xu hướng của một người khi không được giám sát sẽ thực hiện những hành vi không trung thực hoặc không đáng mong muốn.
2. **Tác nhân**: người thực hiện một công việc nào đó cho một người khác (chủ thể).
3. **Chủ thể**: người mà tác nhân kinh tế làm việc cho anh ta.

- *Giám sát tốt hơn.* Chúng ta biết những cặp cha mẹ có thuê bảo mẫu thường lắp đặt những thiết bị thu hình trong nhà của họ nhằm ghi lại những hành vi của bảo mẫu khi họ vắng nhà. Mục đích là để có thể nắm bắt được những hành vi vô trách nhiệm của người bảo mẫu.
- *Tăng lương.* Theo lý thuyết tiền lương hiệu quả (đã đề cập trong Chương 19), những chủ thể có thể quyết định trả lương cho công nhân của họ trên mức lương cân bằng của thị trường lao động. Một người lao động được trả lương cao hơn mức cân bằng này sẽ ít khả năng lảng tránh nghĩa vụ của mình hơn vì, một khi anh ta bị phát hiện và sa thải, anh ta có thể không còn khả năng tìm được một công việc trả lương cao khác.
- *Trì hoãn tiền lương.* Các công ty có thể trì hoãn một phần lương thưởng của công nhân, như vậy, nếu người công nhân bị phát hiện thiếu trách hiệm và bị đuổi việc, tổn thất cho anh ta sẽ lớn hơn. Khoản tiền thưởng cuối năm là một ví dụ. Tương tự, một công ty có thể quyết định tăng lương theo thâm niên của người lao động. Bằng cách đó, sự tăng lên của tiền lương mà những người công nhân có được theo thâm niên không chỉ là lợi ích từ việc trở nên kinh nghiệm hơn mà còn là phần thưởng từ việc vượt qua rủi ro đạo đức.

Chủ thể cũng có thể sử dụng một cách phối hợp những cơ chế này để giảm thiểu rủi ro đạo đức.

Cũng có rất nhiều ví dụ khác về rủi ro đạo đức nằm ngoài phạm vi các công ty. Người sở hữu một căn nhà với hợp đồng bảo hiểm cháy nổ thường mua sắm rất ít dụng cụ chữa cháy vì chính ông ta phải gánh chịu khoản chi phí này trong khi công ty bảo hiểm được hưởng lợi lớn. Một gia đình có quyết định sống gần một con sông với nguy cơ ngập lụt cao vì họ ưa thích một phong cảnh đẹp trong khi chính quyền gánh chịu chi phí cứu trợ thiên tai sau mỗi cơn lũ. Rất nhiều quy định được tạo ra nhắm tới vấn đề này: một công ty bảo hiểm có thể bắt buộc người sở hữu nhà mua những thiết bị chữa cháy, và chính phủ có thể cấm việc xây dựng nhà ở nơi có rủi ro lũ lụt cao. Nhưng công ty bảo hiểm không có thông tin đầy đủ về sự cẩn trọng của người sở hữu căn nhà, và chính phủ không có thông tin hoàn hảo về rủi ro mà hộ gia đình chấp nhận khi chọn lựa địa điểm sống. Kết quả là vấn đề rủi ro đạo đức tồn tại dai dẳng.

Tính chất bị che đậy: "lựa chọn ngược" và "vấn đề về thị trường xe hơi cũ"

Lựa chọn ngược[1] (hay lựa chọn đối nghịch, lựa chọn bất lợi) là vấn đề nảy sinh trong những thị trường mà ở đó người bán biết nhiều về tính chất của hàng hóa hơn người mua. Trong trường hợp đó, người mua gánh chịu rủi ro mua phải món

1. **Lựa chọn ngược**: xu hướng mà một tập hợp các thuộc tính không quan sát được trở nên không đáng mong muốn trên quan điểm của một chủ thể không có đầy đủ thông tin.

BẠN CÓ BIẾT

Quản lý công ty hợp vốn

Nhiều quy trình sản xuất trong nền kinh tế hiện đại diễn ra trong các công ty hợp vốn[1]. Cũng như các doanh nghiệp khác, các công ty hợp vốn này mua sắm đầu vào trên thị trường các yếu tố sản xuất và bán đầu ra trên thị trường hàng hóa và dịch vụ. Và cũng không ngoại lệ, quyết định của họ được dẫn dắt bởi mục tiêu tối đa hóa lợi nhuận. Nhưng một công ty hợp vốn lớn phải đối mặt với những vấn đề không hiện diện tại các doanh nghiệp nhỏ lẻ và thuộc sở hữu gia đình.

Các công ty hợp vốn có gì đặc biệt? Từ góc độ pháp lý, công ty hợp vốn là một tổ chức được trao đặc quyền "được nhìn nhận như một chủ thể pháp lý riêng biệt", có quyền hạn và nghĩa vụ riêng, tách biệt với quyền và nghĩa vụ của những chủ thể sở hữu cũng như những người làm công. Từ góc nhìn kinh tế, đặc điểm quan trọng nhất của loại hình công ty hợp vốn là sự tách biệt giữa sự sở hữu và sự điều hành. Một nhóm người dưới tên gọi là các "cổ đông" sở hữu công ty và có một phần lợi nhuận từ nó. Một nhóm khác dưới tên gọi là những "người quản lý" được công ty thuê để ra quyết định trong việc sử dụng các nguồn lực của công ty.

Sự tách biệt trong sở hữu và điều hành tạo nên vấn đề chủ thể và tác nhân. Trong trường hợp này, những cổ đông là những chủ thể còn những nhà quản lý đóng vai những tác nhân. Giám đốc điều hành và các chức danh quản lý khác, người biết rõ nhất những cơ hội kinh doanh có thể sinh lợi, được giao nhiệm vụ tối đa hóa lợi nhuận cho các cổ đông. Nhưng việc đảm bảo rằng họ sẽ luôn hoàn thành nhiệm vụ này không phải lúc nào cũng dễ dàng. Những nhà quản lý có thể có những mục tiêu cá nhân, ví dụ như sống một cuộc sống thoải mái, có một văn phòng sang trọng và một chuyên cơ, tiệc tùng lãng phí hoặc tham vọng nắm trọn một doanh nghiệp lớn. Những mục tiêu của nhà quản lý không phải lúc nào cũng tương đồng với mục tiêu tối đa hóa lợi nhuận.

Hội đồng quản trị của công ty có trách nhiệm tuyển dụng cũng như sa thải các vị trí quản lý cao nhất. Hội đồng này giám sát công việc của nhà quản lý, và thiết kế các khoản lương thưởng. Những khoản này thường bao hàm trong nó những động cơ nhằm đến việc làm trùng khớp lợi ích của các cổ đông và những người điều hành. Những người điều hành có thể được thưởng thêm dựa trên kết quả công việc hoặc có quyền mua cổ phần của chính công ty, thứ sẽ có giá trị hơn rất nhiều nếu công ty ăn nên làm ra.

Nhưng chú ý rằng, dù sao, hội đồng quản trị cũng là những tác nhân của cổ đông. Việc tồn tại một hội đồng quản trị với vai trò quản lý công tác điều hành càng làm trầm trọng hơn vấn đề chủ thể và tác nhân. Vấn đề lúc này là làm sao để đảm bảo hội đồng quản trị thực hiện đầy đủ nghĩa vụ pháp lý: hoạt động vì lợi ích cao nhất cho cổ đông của nó. Nếu hội đồng quản trị quá thân thiết với những nhà điều hành, họ có thể sẽ không có đủ sự giám sát cần thiết.

Vấn đề chủ thể và tác nhân trong các công ty hợp vốn trở nên nổi cộm vào khoảng năm 2005. Những nhà điều hành của vài công ty cộm cán như Enron, Tyco và WorldCom bị phát hiện dính líu vào những hoạt động tư lợi mà người chịu thiệt hại lại là những cổ đông. Trong những vụ này, các hành vi trở nên quá nghiêm trọng và bị coi như tội phạm, những nhà điều hành công ty không chỉ bị sa thải mà còn phải vào tù. Một vài cổ đông thậm chí còn kiện những thành viên hội đồng quản trị vì đã không giám sát ban điều hành một cách đầy đủ.

May mắn là các hành vi tội phạm thực hiện bởi các nhà điều hành công ty khá hiếm. Nhưng trong nhiều trường hợp, đó chỉ là phần nổi của tảng băng. Chừng nào sự sở hữu và sự điều hành còn tách biệt như trong trường hợp của hầu hết các công ty lớn, sẽ có những xung đột không thể tránh khỏi giữa lợi ích của cổ đông và lợi ích của người điều hành.

1. Ở Việt Nam các công ty này mang tên gọi: công ty trách nhiệm hữu hạn và công ty cổ phần và theo chế độ trách nhiệm hữu hạn. Loại hình trái ngược với công ty hợp vốn là công ty hợp danh và các hình thức công ty theo chế độ trách nhiệm vô hạn khác. Thuật ngữ gốc trong tác phẩm của Mankiw là "Corporate" muốn nói đến các công ty mà người sở hữu tách biệt với người điều hành, hay chính là công ty hợp vốn. Độc giả hãy linh hoạt trong cách hiểu và sử dụng thuật ngữ. Chú thích của người dịch.

hàng kém chất lượng. Như vậy, "sự lựa chọn" những hàng hóa đem ra bán có thể sẽ "bất lợi" cho một người mua thiếu thông tin.

Ví dụ kinh điển của lựa chọn ngược là thị trường xe hơi cũ. Người bán những chiếc xe cũ biết rõ những nhược điểm của chiếc xe trong khi người mua thường không biết. Vì chủ của những chiếc xe tệ nhất nhiều khả năng sẽ bán chúng hơn là chủ của những chiếc tốt nhất nên những người mua luôn e sợ sẽ mua phải một món hớ. Kết quả là nhiều người tránh việc mua xe từ thị trường xe cũ. Vấn đề này có thể giải thích câu hỏi tại sao một chiếc xe vừa chỉ dùng được vài tuần đã mất giá vài ngàn đô la so với một chiếc xe mới toanh cùng loại. Một người mua xe cũ sẽ đoán rằng người bán đang gắng bán nhanh chiếc xe vì họ biết điều gì đó mà người mua không biết.

Ví dụ thứ hai của lựa chọn ngược xảy ra trong thị trường lao động. Theo một lý thuyết lương hiệu quả khác, năng lực của những công nhân là khác nhau và có thể họ biết rõ năng lực bản thân mình hơn công ty thuê mướn họ. Khi một công ty giảm lương, những công nhân lành nghề hơn có xu hướng nghỉ việc vì biết rằng họ có nhiều khả năng tìm được công việc khác. Ngược lại, một công ty có thể quyết định trả lương cao hơn mức trên thị trường để thu hút một nhóm công nhân tốt hơn.

Ví dụ thứ ba của lựa chọn ngược xuất hiện trên thị trường bảo hiểm. Những người mua bảo hiểm sức khỏe biết rõ các vấn đề sức khỏe của họ hơn các công ty bảo hiểm. Bởi vì những người có những vấn đề lớn và dễ che giấu về sức khỏe thường mua bảo hiểm sức khỏe hơn những người khác nên giá (phí) của các hợp đồng bảo hiểm sức khỏe phản ánh các chi phí chăm sóc một người ốm yếu hơn mức trung bình. Kết quả là người có sức khỏe ở mức trung bình sẽ thấy giá của những hợp đồng bảo hiểm đó quá cao và quyết định không mua chúng.

Khi thị trường bị ảnh hưởng bởi lựa chọn ngược, bàn tay vô hình không còn phát huy tác dụng một cách đầy đủ. Trong thị trường xe cũ, chủ thể của những chiếc xe tốt thường quyết định giữ chúng hơn là bán với mức giá thấp mà những người mua đa nghi sẵn lòng trả. Trong thị trường lao động, những mức lương sẽ bị kẹt lại ở trên mức cân bằng cung cầu, hậu quả là sự gia tăng thất nghiệp. Trên thị trường bảo hiểm, những người mua tiềm năng với rủi ro thấp thường chọn phương án không được bảo hiểm vì các hợp đồng bảo hiểm mà họ được mời mua không phản ánh đúng tính chất thực của chúng. Những lời kêu gọi ủng hộ loại bảo hiểm sức khỏe do chính phủ cung cấp đôi khi nhắm vào vấn đề lựa chọn ngược như một lý do để bác bỏ niềm tin rằng thị trường tư nhân có khả năng cung cấp sự bảo hiểm thích hợp.

Cung cấp thông tin để truyền đi thông tin riêng

Bất cân xứng thông tin đôi khi không chỉ là động cơ cho những chính sách công, đôi lúc nó cũng là lý do cho một hành vi cá nhân nào đó rất khó giải thích. Các thị trường phản ứng với vấn đề thông tin bất cân xứng bằng nhiều cách. Một trong

những cách đó là **cung cấp thông tin**[1], có thể hiểu là những hành động thực hiện bởi một bên có thông tin với mục tiêu duy nhất là tiết lộ một cách đáng tin cậy thông tin riêng của họ.

Chúng ta đã thấy những ví dụ về cung cấp thông tin trong các chương trước. Như những gì chúng ta thấy trong Chương 16, các công ty có thể chi tiêu cho quảng cáo để ra hiệu cho những khách hàng tiềm năng rằng họ có những sản phẩm chất lượng cao. Trong Chương 20, sinh viên có thể kiếm lấy tấm bằng đại học để ra hiệu cho những nhà tuyển dụng tương lai rằng họ là những cá nhân có khả năng vượt trội. Ghi nhớ rằng lý thuyết về cung cấp thông tin (ra tín hiệu) trong giáo dục tương phản với lý thuyết vốn con người vốn khẳng định rằng giáo dục giúp tăng năng suất của cá nhân hơn là chỉ đơn thuần chuyển đi thông tin về tài năng thiên bẩm. Hai ví dụ trên về cung cấp thông tin (quảng cáo và giáo dục) tưởng chừng rất khác biệt, nhưng về bản chất, chúng rất giống nhau: trong cả hai trường hợp, bên có thông tin (công ty, người sinh viên) sử dụng việc ra tín hiệu để thuyết phục bên không có thông tin (khách hàng, nhà tuyển dụng) rằng bên có thông tin đang cung cấp những thứ có chất lượng cao.

Cần những gì để một hành động cung cấp thông tin trở nên hiệu quả? Hiển nhiên, nó phải chịu chi phí cao. Nếu một sự cung cấp thông tin là miễn phí, mọi người đều sẽ sử dụng nó và như thế nó không truyền tải được thông tin nào cả. Cũng lý do đó, có một đòi hỏi khác: thông tin truyền đi phải ít tốn kém hơn, hoặc mang lại lợi ích cao hơn đối với người có sản phẩm chất lượng tốt hơn. Nếu không, mọi người đều có cùng động cơ để truyền đi những thông tin và như thế thông tin truyền đi sẽ không gợi mở được gì.

Nhắc lại một lần nữa hai ví dụ. Trong trường hợp quảng cáo, một công ty với sản phẩm tốt có được nhiều lợi ích hơn từ quảng cáo bởi lẽ những khách hàng từng thử sản phẩm của nó nhiều khả năng sẽ trở thành khách hàng thường xuyên. Vì thế, sẽ là có lý cho những công ty có sản phẩm tốt để chi tiêu cho quảng cáo (cung cấp thông tin), và sẽ là sáng suốt khi khách hàng sử dụng các tín hiệu được truyền đi như một phần thông tin về chất lượng sản phẩm. Trong trường hợp về giáo dục, một người xuất sắc có thể hoàn thành quá trình học tập một cách dễ dàng hơn một người không giỏi bằng. Thế nên, sẽ là hợp lý cho một người xuất sắc để tiêu tiền cho sự ra tín hiệu (giáo dục), và cũng hợp lý cho người tuyển dụng sử dụng tín hiệu đó như một phần thông tin về sự xuất sắc của người đó.

Thế giới này đầy rẫy những ví dụ về sự ra tín hiệu. Các mẫu quảng cáo trên tạp chí đôi khi chứa cụm từ "như đã chiếu trên TV." Tại sao một công ty bán một sản phẩm trên tạp chí lại quyết định nhấn mạnh điều này? Một khả năng là công ty đang cố gắng truyền tải rằng nó sẵn sàng chi trả cho một sự ra tín hiệu đắt đỏ (một mẫu quảng cáo trên TV) với hy vọng bạn sẽ liên tưởng rằng chất lượng những sản phẩm của nó sẽ cao. Cũng lý do đó, tốt nghiệp từ những ngôi trường danh tiếng luôn đảm bảo sẽ mang chất lượng đến cho lý lịch của bạn.

---

1. **Cung cấp thông tin**: hành vi của bên có đầy đủ thông tin cung cấp thông tin cá nhân cho bên thiếu thông tin.

NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG

Tín hiệu của quà tặng

Một người đàn ông đang băn khoăn xem nên tặng gì cho bạn gái anh ta vào ngày sinh nhật. "Tôi biết," anh ta nói với chính mình, "Tôi sẽ đưa cho cô ấy tiền mặt. Sau cùng, tôi không biết rõ ý thích của cô ấy bằng chính cô ấy, và với tiền, cô ấy có thể mua bất cứ thứ gì cô ấy muốn." Nhưng khi anh đưa cô ấy tiền, cô tự ái. Nghĩ rằng anh ta không hề yêu mình, cô kết thúc mối quan hệ này.

Kinh tế học giải thích chuyện này như thế nào?

Theo một cách nào đó, tặng quà là một tục lệ rất lạ. Như câu chuyện người đàn ông trong câu chuyện của chúng ta cho thấy, người ta thường biết rõ sở thích của mình hơn người khác, thế nên ta có thể kỳ vọng rằng mọi người khác sẽ thích tiền hơn là hiện vật. Nếu ông chủ của bạn trả lương bằng hàng hóa thay cho chi phiếu, bạn thường sẽ phản đối cách thanh toán này. Nhưng phản ứng của bạn sẽ rất khác khi người yêu của bạn làm điều tương tự.

Một cách lý giải cho việc trao quà là nó phản ánh sự bất cân xứng thông tin và quá trình ra tín hiệu (cung cấp thông tin). Anh chàng trong câu chuyện của chúng ta có thông tin riêng mà bạn gái anh ta cần biết: liệu anh có yêu cô ta thật lòng không? Chọn một món quà tốt dành cho cô gái là một tín hiệu tình yêu của anh ta. Tất nhiên, việc chọn một món quà thay vì đưa tiền sẽ có ý nghĩa như một tín hiệu. Nó tốn kém (thời gian), và mức độ tốn kém phụ thuộc vào thông tin riêng (anh yêu cô ta đến mức nào). Nếu anh ta thực sự yêu cô gái, chọn một món quà sẽ dễ dàng vì anh ta vốn luôn nghĩ về cô gái. Nếu anh không yêu cô ấy, tìm ra món quà phù hợp sẽ khó hơn. Thế nên, tặng một món quà phù hợp với bạn gái là một cách để anh ta truyền đi thông tin của bản thân về tình yêu của anh ấy dành cho cô gái. Việc đưa tiền chứng tỏ anh ta thậm chí không thèm cố gắng trong việc này.

Lý thuyết về cung cấp thông tin nhất quán với một nhận xét khác: người ta quan tâm nhiều nhất đến cách thức khi sự yêu thương ở trong tình trạng thử thách nhất. Thế nên, đưa tiền cho bạn trai hay bạn gái thường sẽ là một bước đi tồi. Nhưng khi những sinh viên đại học nhận được một tờ séc từ cha mẹ, họ thường ít cảm thấy tự ái hơn. Tình yêu của cha mẹ ít khi bị nghi ngờ, thế nên người nhận hẳn nhiên không hiểu món quà bằng tiền ấy như là dấu hiệu của sự thiếu yêu thương. ■

Thẩm tra để biết thông tin riêng

Khi một bên có thông tin thực thi những hành động để tiết lộ thông tin riêng, hiện tượng đó gọi là cung cấp thông tin. Khi một bên không có thông tin có những hành động nhằm khuyến khích bên có thông tin hé lộ thông tin riêng, hiện tượng đó gọi là **thẩm tra**[1].

1. **Thẩm tra**: hành vi của bên thiếu thông tin buộc bên có đầy đủ thông tin phải cung cấp thông tin.

Một vài sự thẩm tra rất thông thường. Một người mua một chiếc xe đã qua sử dụng có thể yêu cầu chiếc xe phải được kiểm tra bởi một thợ máy ô tô trước khi bán. Một người bán khi chọn từ chối yêu cầu trên sẽ tự hé lộ thông tin riêng của anh ta rằng chiếc xe đó không còn nhiều giá trị. Người mua có thể quyết định đề nghị một mức giá thấp hơn hoặc tìm một chiếc xe khác.

Những ví dụ khác về thẩm tra có thể phức tạp hơn. Ví dụ, xét một công ty bán bảo hiểm xe. Công ty sẽ muốn tính phí thấp cho những người lái xe an toàn và phí cao cho những tay lái liều lĩnh. Nhưng làm sao để phân biệt những người ấy? Người lái biết bản thân họ cẩn trọng hay liều lĩnh, nhưng những kẻ liều lĩnh sẽ không thừa nhận điều đó. Lịch sử lái xe của một người là một phần thông tin (trên thực tế các công ty bảo hiểm đều sử dụng), nhưng vì bản chất ngẫu nhiên của các tai nạn, thông tin lịch sử là một chỉ báo không hoàn hảo cho rủi ro tương lai.

Công ty bảo hiểm có thể phân loại hai dạng tài xế trên bằng cách cung cấp những hợp đồng bảo hiểm khác nhau qua đó khiến họ tự phân loại chính mình. Một hợp đồng với mức phí cao và đủ chi trả cho mọi tai nạn có thể xảy ra. Hợp đồng còn lại có mức phí thấp hơn nhưng có khoản khấu trừ 1.000 đô la. (Có nghĩa là, người tài xế phải chịu trách nhiệm cho 1.000 đô la chi phí đầu tiên cho tổn thất, phần còn lại công ty bảo hiểm sẽ chi trả.) Ghi nhớ rằng phần khấu trừ là một khoản gánh chịu thêm dành cho những tài xế mạo hiểm vì họ dễ gặp tai nạn hơn. Vì vậy, với khoản khấu trừ đủ lớn, hợp đồng bảo hiểm chi phí thấp kèm khấu trừ sẽ thu hút những người lái xe an toàn trong khi những hợp đồng bảo hiểm chi phí cao không đi kèm khoản khấu trừ sẽ thu hút những người lái xe không an toàn. Trước hai hợp đồng này, hai dạng tài xế sẽ bộc lộ thông tin riêng thông qua lựa chọn của chính họ.

Bất cân xứng thông tin và các chính sách công

Chúng ta đã phân tích hai dạng của thông tin bất cân xứng: rủi ro đạo đức và lựa chọn ngược. Và chúng ta đã thấy cách mà các cá nhân phản ứng với vấn đề bằng việc cung cấp thông tin hay thẩm tra. Giờ chúng ta hãy xem xét những thứ mà việc nghiên cứu về thông tin bất cân xứng đề xuất về phạm vi hợp lý của chính sách công.

Sự mâu thuẫn giữa những thành công của cơ chế thị trường và những thất bại của nó là trọng tâm của kinh tế học vi mô. Chúng ta đã học được trong Chương 7 rằng sự cân bằng cung cầu là hiệu quả ở khía cạnh nó tối đa hóa tổng thặng dư mà xã hội có thể đạt được trong một thị trường nhất định. Lý thuyết bàn tay vô hình của Adam Smith dường như thống trị. Kết luận này bị kìm lại ngay sau đó với những nghiên cứu về ngoại tác (Chương 10), hàng hóa công (Chương 11), sự cạnh tranh không hoàn hảo (Chương 15 đến 17) và đói nghèo (Chương 20). Những ví dụ về thất bại thị trường đã chỉ ra rằng chính phủ đôi lúc có thể cải thiện kết quả của cơ chế thị trường.

Nghiên cứu về thông tin bất cân xứng cho chúng ta những lý do mới để thận trọng hơn với các thị trường. Khi một vài người biết nhiều hơn những người khác, thị trường có thể thất bại trong việc sử dụng các nguồn lực một cách tối

ưu. Người sở hữu những chiếc xe cũ tốt sẽ gặp khó khăn khi bán chúng vì người mua sẽ lo ngại việc mua phải một chiếc xe cũ kém chất lượng. Những người gặp ít vấn đề về sức khỏe khó có thể mua được bảo hiểm với giá thấp vì các công ty bảo hiểm xếp chung họ vào nhóm những người có vấn đề nghiêm trọng (nhưng bị che giấu) về sức khỏe.

Thông tin bất cân xứng có thể là động lực cho những hành động của chính phủ trong một số trường hợp, nhưng có ba vấn đề khiến việc này trở nên khó khăn. Đầu tiên, như chúng ta đã thấy, thị trường tư nhân đôi lúc vẫn có thể tự đối phó với bất cân xứng thông tin bằng cách kết hợp sử dụng việc cung cấp thông tin và thẩm tra. Thứ hai, ngay cả chính phủ cũng ít khi có được nhiều thông tin hơn phía tư nhân. Cho dù việc phân bổ các nguồn lực không phải là phương án tối ưu thì nó cũng có thể là phương án tốt thứ hai. Nghĩa là, khi hiện diện bất cân xứng thông tin, nhà chính sách cũng có thể gặp khó khăn trong việc cải thiện những kết quả hiển nhiên là không hoàn hảo của thị trường. Thứ ba, bản thân chính phủ vốn cũng là một định chế không hoàn hảo – chúng ta sẽ bàn về vấn đề này ở phần tới.

KIỂM TRA NHANH: *Một người mua một món bảo hiểm sinh mạng phải trả một khoản phí thường niên cố định và gia đình anh ta sẽ được hưởng một khoản lớn hơn rất nhiều nếu anh ta chết. Liệu bạn có kỳ vọng rằng người mua bảo hiểm sinh mạng sẽ có nguy cơ thiệt mạng cao hơn hay thấp hơn một người không có bảo hiểm hay không? Bằng cách nào mà vấn đề này có thể coi như rủi ro đạo đức? Hoặc lựa chọn ngược? Một công ty bảo hiểm sẽ xử lý những vấn đề này bằng cách nào?*

KINH TẾ CHÍNH TRỊ

Như ta đã thấy, bản thân thị trường không phải lúc nào cũng đạt tới sự phân bổ các nguồn lực một cách tối ưu. Khi chúng ta nói rằng kết quả từ cơ chế thị trường là không hiệu quả hoặc không công bằng, chính phủ có thể có một vai trò nhất định trong tình huống này nằm cải thiện tình hình. Trước khi trông chờ vào một chính phủ để thực hiện các nhiệm vụ xã hội, chúng ta cần cân nhắc thêm một sự thật rằng: chính phủ cũng là một định chế không hoàn hảo. Lĩnh vực **kinh tế chính trị**[1] (đôi khi còn được gọi là lĩnh vực các *chính sách công*) áp dụng những phương pháp kinh tế học để nghiên cứu cách mà chính phủ hoạt động.

Nghịch lý Condorcet trong bầu cử

Hầu hết các xã hội tiên tiến đều dựa vào các nguyên tắc dân chủ để tạo nên các chính sách công. Ví dụ khi một thành phố chọn lựa giữa hai địa điểm để xây dựng một công viên mới, chúng ta có một cách đơn giản: đa số sẽ có quyền định đoạt. Cho đến hiện nay, với hầu hết các chính sách, số lựa chọn thường lớn hơn hai rất

1. **Nghịch lý Condorcet**: thất bại của quy tắc đa số trong việc xây dựng sở thích có tính bắc cầu của toàn xã hội.

nhiều. Ví dụ, một công viên mới có thể được đặt tại rất nhiều địa điểm. Trong trường hợp này, như nhà chính trị Pháp ở thế kỷ 18 Marquis de Condorcet đã có một phát biểu rất nổi tiếng rằng sự dân chủ đôi lúc gặp vấn đề trong việc tìm ra phương án tốt nhất.

Hãy xem xét một ví dụ mà trong đó có ba khả năng, tạm gọi là A, B và C, và có ba nhóm cử tri với sự ưu tiên cho các phương án như trong Bảng 1. Bà thị trưởng thành phố của chúng ta muốn tổng hợp những ý muốn cá nhân này vào thành ý muốn chung của cả cộng đồng. Bà ta sẽ làm thế nào?

Ban đầu, bà ta có thể thử vài lựa chọn giữa hai phương án. Nếu bà ta yêu cầu cử tri trước tiên hãy chọn giữa B và C, nhóm cử tri số 1 và 2 sẽ chọn B, vậy B là phương án đa số. Nếu sau đó bà ta yêu cầu cử tri chọn giữa A và B, nhóm cử tri số 1 và 3 sẽ bầu cho phương án A, vậy A là phương án đa số. Thấy rõ A trội hơn B và B trội hơn C, bà thị trưởng có thể kết luận rằng A là phương án chiến thắng.

Nhưng hãy khoan, giả sử bà thị trưởng lúc đó lại yêu cầu cử tri chọn giữa A và C. Trong trường hợp này, nhóm cử tri số 2 và 3 sẽ bầu cho C, thế nên C là phương án đa số. Vậy, bằng việc bầu chọn giữa hai phương án cho kết quả A sẽ tốt hơn B, B tốt hơn C và C lại tốt hơn A. Thông thường thì chúng ta kỳ vọng những ý muốn sẽ có một tính chất gọi là tính bắc cầu: nếu A được ưa thích hơn B và B được ưa thích hơn C thì ta sẽ kỳ vọng A được ưa thích hơn C. Bầu chọn giữa hai phương án có thể chọn ra những ý muốn mang tính bắc cầu như vậy trong một số trường hợp, nhưng như những gì trong Bảng 1 thì không thể trông cậy vào phương án này được.

Một suy luận từ nghịch lý Condorcet là thứ tự mà các phương án được đưa ra bầu cử có thể ảnh hưởng đến kết quả. Nếu bà thị trưởng để nghị chọn giữa A và B rồi sau đó so sánh phương án thắng cuộc với C, kết quả cuối cùng sẽ là C. Nhưng nếu cử tri trước tiên chọn giữa B và C rồi mới so sánh phương án thắng cuộc với A, kết quả cuối cùng lại là A. Và nếu những cử tri phải chọn giữa A và C trước rồi mới so sánh phương án được chọn với B, kết quả cuối cùng là B.

Nghịch lý Condorcet mang đến hai bài học. Bài học nhỏ là khi có hơn hai phương án lựa chọn, việc chọn lựa kịch bản bầu cử (quyết định thứ tự đưa các phương án ra bầu chọn) có thể có ảnh hưởng sâu sắc đến kết quả của một cuộc bầu cử dân chủ. Bài học lớn hơn là bản thân bầu cử số đông đôi khi không giúp chúng ta biết được ý muốn thực sự của cả cộng đồng.

Bảng 1
Nghịch lý Condorcet

Nếu cử tri có sự ưu tiên đối với ba phương án A, B và C như bảng bên thì lựa chọn của số đông theo từng cặp phương án sẽ cho kết quả A thắng B, B thắng C và C thắng A.

	Nhóm cử tri		
	Nhóm 1	Nhóm 2	Nhóm 3
% tổng số	35	45	20
Lựa chọn hàng đầu	A	B	C
Lựa chọn thứ hai	B	C	A
Lựa chọn thứ ba	C	A	B

Định luật bất khả thi Arrow

Từ khi các nhà lý thuyết chính trị để ý tới nghịch lý Condorcet, họ đã dành nhiều công sức nghiên cứu những hệ thống bầu cử sẵn có và đề xuất những phương án mới. Ví dụ, một phương án khác cho bầu cử số đông để chọn giữa hai phương án là bà thị trưởng của thành phố có thể yêu cầu mỗi cử tri xếp hạng các phương án. Với mỗi cử tri, chúng ta có thể cho 1 điểm cho phương án ở vị trí thấp nhất, 2 điểm cho phương án ở vị trí thứ hai và 3 điểm cho phương án ở vị trí cao nhất. Kết quả phương án nào có tổng số điểm cao nhất sẽ thắng. Với những thông tin về sự ưa thích đối với các phương pháp như trong Bảng 1, phương án B sẽ được chọn. (Bạn có thể tự làm những tính toán số học để ra được kết quả này.) Phương án bầu cử này được gọi là phép tính Borda theo tên nhà toán học và chính trị Pháp vào thế kỷ 18 Jean-Charles de Borda, người đã nghĩ ra nó. Phương án này thường được sử dụng trong những cuộc bầu để xếp hạng các đội thể thao.

Vậy có thực sự tồn tại một hệ thống bầu cử nào hoàn hảo không? Nhà kinh tế học Kenneth Arrow đề cập câu hỏi này trong cuốn sách của ông vào năm 1951 mang tên *Lựa chọn Xã hội và Giá trị cá nhân*. Arrow bắt đầu vấn đề bằng cách định nghĩa một hệ thống bầu cử hoàn hảo. Ông giả định rằng mỗi cá nhân trong xã hội này có ý thích rõ ràng với những phương án khác nhau: A, B, C và hơn nữa. Sau đó ông giả định cộng đồng cần một hệ thống bầu cử để chọn giữa những phương án đó, hệ thống bầu cử đó phải thỏa các tính chất.

- *Sự nhất trí*: Nếu mọi người thích A hơn B thì A sẽ thắng B.
- *Sự bắc cầu*: Nếu A thắng B và B thắng C thì A sẽ thắng C.
- *Độc lập với các lựa chọn bên ngoài*: Việc xếp hạng giữa hai phương án A và B bất kỳ không phụ thuộc vào việc có hay không một phương án khả thi C khác.
- *Không ai có quyền tuyệt đối*: Không một người nào luôn có được phương án mình muốn bất chấp ý muốn của người khác.

Tất cả các tính chất trên có vẻ hợp lý cho một hệ thống bầu cử. Arrow đã chứng minh được, theo một cách toán học thuần túy và không thể chối cãi, là không một hệ thống bầu cử nào thỏa tất cả các yếu tố này. Kết quả lạ thường này mang tên **Định luật bất khả thi Arrow**[1].

Phần toán học cần thiết để chứng minh nguyên lý của Arrow nằm ngoài phạm vi của cuốn sách này, nhưng chúng ta có thể hiểu vài ý về lý do tại sao nó lại đúng đắn qua một vài ví dụ. Chúng ta đã thấy vấn đề với phương pháp bầu cử sử dụng nguyên tắc đa số. Nghịch lý Condorcet chỉ ra rằng nguyên tắc đa số thất bại trong việc việc xếp hạng các phương án thỏa tính bắc cầu.

Một ví dụ khác, phép tính Borda thất bại trong giả định về sự độc lập với các phương án bên ngoài. Nhắc lại rằng, sử dụng những thông tin ở Bảng 1,

1. **Định luật bất khả thi Arrow**: một kết quả toán học chỉ ra rằng trong một số điều kiện nhất định, không có cách thức nào để tổng hợp các sở thích cá nhân thành sở thích chung của toàn xã hội.

phương án B sẽ thắng theo cách tính Borda. Nhưng giả sử phương án C không còn nữa. Nếu áp dụng lại phép tính Borda cho các phương án A và B, A sẽ thắng. (Một lần nữa bạn có thể tự tiến hành các phép tính đó.) Thế nên, bỏ đi phương án C sẽ thay đổi cách xếp hạng A và B. Sự thay đổi này xảy ra vì kết quả của phép tính Borda phụ thuộc vào số điểm mà các phương án A và B có được với vị trí của chúng và số điểm này lại phụ thuộc vào việc có tồn tại C hay không.

Định luật bất khả thi của Arrow là một kết quả sâu sắc và dễ gây rắc rối. Nó không khẳng định rằng chúng ta nên từ bỏ chế độ dân chủ với tư cách là một hình thức tổ chức nhà nước. Nhưng nó khẳng định rằng, bất kể xã hội này sử dụng hệ thống bầu cử nào để thống nhất ý muốn của từng cá nhân, theo một cách nào đó, phương thức lựa chọn mang tính xã hội đó luôn có những lỗ hổng.

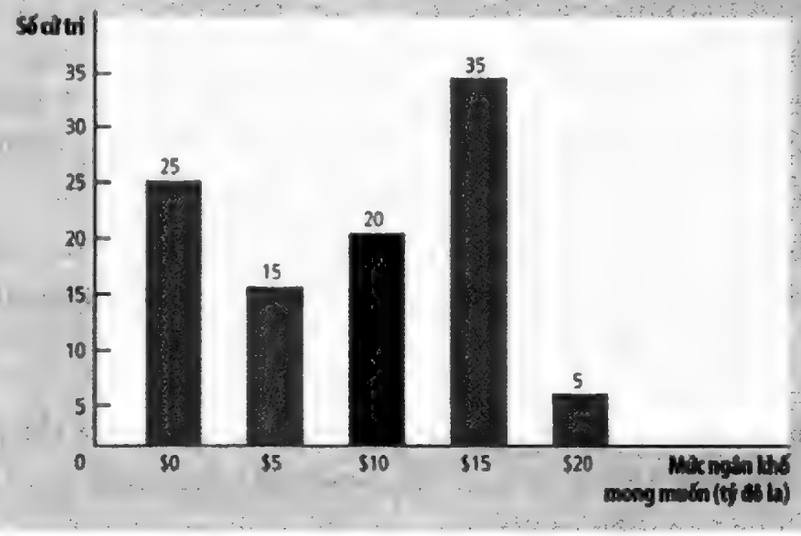
Người bầu cử ở trung vị giữ quyền quyết định

Bất chấp định luật của Arrow, bầu cử vẫn là cách mà hầu hết các cộng đồng chọn ra người lãnh đạo và các chính sách chung cho họ, và thường theo quy tắc đa số. Phần tiếp theo trong nghiên cứu về chính phủ là phân tích cách mà các chính phủ hoạt động dựa trên nguyên tắc đa số. Đó là, trong một xã hội dân chủ, ai sẽ quyết định chính sách nào sẽ được chọn? Trong vài trường hợp, lý thuyết về chính phủ dân chủ mang lại một câu trả lời đơn giản đến bất ngờ.

Hãy cùng xem xét một ví dụ. Tưởng tượng rằng cả xã hội muốn quyết định tiêu bao nhiêu tiền cho hàng hóa công, những thứ như quân đội hay các công viên quốc gia. Mỗi cử tri có ý kiến riêng về ngân sách tối đa, và anh ta mong muốn kết quả cuối cùng gần với giá trị này. Bởi vậy, chúng ta có thể xếp hạng những cử tri từ những người muốn chi phần ngân sách nhỏ nhất cho đến những người muốn chi những khoản ngân sách lớn nhất. Hình 1 là một ví dụ. Ở đây ta có 100 cử tri, và khoản ngân sách mà họ muốn chi biến thiên từ 0 cho đến 20 tỷ đô la. Với những giả định này, nguyên tắc dân chủ sẽ đưa ra kết quả như thế nào?

Hình 1
Một ví dụ về định lý cử tri trung vị

Biểu đồ thanh này mô tả sự phân phối giữa năm lựa chọn trong mức ngân khố mong muốn của 100 cử tri, từ 0 đến 20 tỷ đô la. Nếu xã hội quyết định bằng quy tắc đa số, người bầu cử trung vị (người trong trường hợp này muốn mức 10 tỷ đô la) quyết định kết quả.



Theo một kết quả nổi tiếng gọi là **định lý cử tri trung vị**[1], nguyên tắc đa số sẽ mang lại kết quả có lợi nhất cho những người ở trung vị. Cử tri trung vị là người ở ngay khoảng giữa của phân phối. Trong ví dụ này, nếu bạn xếp hàng cử tri theo tuần tự khoản ngân sách mà họ muốn chi và đếm 50 người từ bất cứ đầu nào của hàng, bạn sẽ thấy cử tri trung vị ủng hộ ngân sách này ở mức 10 tỷ đô la. Trái lại, mức trung bình (cộng tổng số ngân sách mong muốn và chia cho số cử tri) là 9 tỷ đô la, và kết quả được nhiều người chọn nhất là 15 tỷ đô la.

Cử tri trung vị chiếm ưu thế vì ý muốn của anh ta chiến thắng mọi ý kiến trong cuộc đua hai chiều. Trong ví dụ của chúng ta, hơn một nửa số cử tri mong muốn mức 10 tỷ đô la hoặc nhiều hơn, và cũng như thế, hơn một nửa muốn mức 10 tỷ đô la hoặc ít hơn. Nếu người nào đó đề nghị mức 8 tỷ thay vì 10 tỷ, mọi cử tri mong muốn mức 10 tỷ hoặc nhiều hơn sẽ có cùng ý kiến với cử tri ở trung vị. Tương tự, nếu ai đó đề nghị 12 tỷ thay vì 10 tỷ, mọi cử tri mong muốn mức 10 tỷ hoặc ít hơn sẽ có cùng ý kiến với cử tri trung vị. Trong cả hai trường hợp, cử tri trung vị đều có hơn một nửa số cử tri đứng về phía anh ta. Vậy nghịch lý Condorcet sẽ ra sao? Khi những cử tri chọn lấy một vị trí trong hàng và mỗi người đều có một ý kiến riêng thì nghịch lý Condorcet không phát huy tác dụng. Phương án ưa thích nhất của cử tri trung vị sẽ chiến thắng mọi đối thủ.

Một ngụ ý của nguyên lý người bầu cử trung vị là nếu hai đảng phái chính trị đang cố gắng tối đa hóa cơ hội thắng cử, họ đều sẽ đặt vị trí của mình hướng về người bầu cử trung vị. Giả sử ta ví dụ rằng đảng Dân chủ đề xuất một ngân sách 15 tỷ đô la trong khi đảng Cộng hòa đề xuất mức 10 tỷ đô la. Đảng Dân chủ đang ở một vị thế trội hơn vì lý do mức 15 tỷ đô la được nhiều sự ủng hộ hơn bất cứ mức đơn lẻ nào khác. Tuy nhiên, phía Cộng hòa sẽ có hơn một nửa lượng bầu: Họ sẽ thu hút 20 cử tri muốn mức 10 tỷ đô la, 15 cử tri muốn mức 5 tỷ đô la và 25 cử tri không muốn chi ngân sách cho những hàng hóa công. Nếu phe Dân chủ muốn thắng, họ sẽ chuyển hướng ý kiến của mình theo cử tri trung vị. Nhờ vậy, lý thuyết này có thể giải thích lý do các đảng trong một hệ thống hai đảng thường sẽ tương đồng với nhau: Họ đều hướng mình về phía cử tri trung vị.

Một ngụ ý khác của nguyên lý cử tri trung vị là quan điểm của số ít sẽ không được xem trọng. Tưởng tượng rằng 40% tổng số muốn tiêu thật nhiều tiền vào các công viên quốc gia và 60% còn lại không muốn chi một đồng nào. Trong trường hợp này, ý muốn của cử tri trung vị là không chi, bất chấp ý kiến của nhóm thiểu số. Đó là logic của sự dân chủ. Thay vì cố gắng đạt tới một thỏa hiệp tính tới ý muốn của mọi cá nhân, quy tắc số đông chỉ nhìn vào người ở ngay vị trí trung tâm của phân phối.

---

1. **Định lý cử tri trung vị**: một kết quả toán học cho thấy nếu các cử tri phải chọn một điểm trên một đường thẳng và mỗi cử tri đều muốn điểm gần với điểm mong muốn của anh ta nhất, thì quy tắc đa số sẽ dẫn đến việc lựa chọn điểm ưa thích nhất của người bỏ phiếu trung vị.

Những nhà chính trị cũng là những con người

Khi những nhà kinh tế nghiên cứu hành vi người tiêu dùng, họ giả định rằng người tiêu dùng mua rổ hàng hóa và dịch vụ khiến họ thỏa mãn nhất. Khi các nhà kinh tế nghiên cứu hành vi của các doanh nghiệp, họ giả định rằng các doanh nghiệp sản xuất lượng sản phẩm và dịch vụ mang lại lợi nhuận cao nhất. Thế họ sẽ giả định gì khi nghiên cứu những người tham gia vào chính trị?

Những chính trị gia cũng có những mục đích. Sẽ tốt nếu giả định rằng các nhà lãnh đạo chính trị luôn nhắm đến sự thịnh vượng cho cả xã hội, rằng họ nhắm tới một sự kết hợp tối ưu sự hiệu quả và sự công bằng. Điều ấy tốt, nhưng có lẽ là không thực tế. Lợi ích cá nhân là một động lực mạnh mẽ cho các nhà chính trị cũng như trong trường hợp của người tiêu dùng hay chủ thể công ty. Một vài nhà chính trị, bị thúc giục bởi ham muốn tái đắc cử, sẵn sàng hy sinh quyền lợi quốc gia để củng cố cơ sở bầu cử của riêng họ. Những người khác bị cám dỗ bởi lòng tham đơn thuần. Nếu bạn không tin thì nên nhìn vào những nước nghèo trên thế giới, nơi mà tham nhũng trong giới chức sắc là một trở ngại chính cho sự phát triển kinh tế.

Cuốn sách này không phải là nơi nhằm phát triển một lý thuyết cho các hành vi chính trị. Nhưng khi suy ngẫm về các chính sách kinh tế, hãy nên nhớ chính sách đó được tạo ra không phải bởi một vị vua nhân từ mà là từ những con người thực với những ham muốn cũng rất con người. Đôi khi họ bị thúc giục nhiều hơn bởi lợi ích quốc gia, nhưng đôi lúc họ lại bị cám dỗ bởi chính tham vọng chính trị và kinh tế của họ. Chúng ta không nên ngạc nhiên khi các chính sách kinh tế thất bại trong việc thực hiện những lý tưởng được đưa ra trong các giáo trình kinh tế.

KIỂM TRA NHANH: *Ban bầu cử của một trường học công đang bầu để quyết định ngân sách cho trường và tỷ lệ sinh viên – giảng viên. Một cuộc thăm dò ý kiến cho biết 20% số phiếu muốn tỷ lệ này là 9:1, 25% số phiếu muốn tỷ lệ 10:1, 15% muốn tỷ lệ 11:1 và 40% còn lại chọn tỷ lệ 12:1. Bạn kỳ vọng cuộc bầu cử trên sẽ cho kết quả thế nào? Hãy giải thích.*

KINH TẾ HỌC HÀNH VI

Kinh tế học là môn học về hành vi con người, nhưng nó không phải là môn học duy nhất có thể làm được điều đó. Khoa học tâm lý cũng làm sáng tỏ những lựa chọn mà mọi người quyết định trong cuộc đời họ. Lĩnh vực kinh tế và tâm lý thường hoạt động một cách độc lập, một phần vì chúng trả lời những dạng câu hỏi khác nhau. Nhưng gần đây, một lĩnh vực gọi là **kinh tế học hành vi**[1] đã xuất hiện mà trong đó các nhà kinh tế sử dụng các kiến thức tâm lý học. Chúng ta hãy cùng để cập một số quan điểm như vậy.

---

1. **Kinh tế học hành vi**: một nhánh của kinh tế học kết hợp những kiến thức về tâm lý học.

Con người không phải lúc nào cũng lý trí

Lý thuyết kinh tế được tạo nên trên cở sở một giống loài đặc biệt, thường được gọi với cái tên "*con người kinh tế*" (Homo economicus). Những cá thể trong giống loài này luôn lý trí. Với tư cách người tiêu dùng, họ tối đa hóa mức thỏa dụng (hay nói cách khác, chọn vị trí trên đường bàng quan cao nhất). Với những hạn chế mà họ phải đối mặt, họ so sánh một cách lý trí tất cả chi phí và lợi ích và luôn chọn lấy những hành vi tốt nhất.

Tuy vậy trong thực tế con người lại là "*con người tự nhiên*" (Homo sapiens). Cho dù trong nhiều trường hợp họ vẫn là con người lý trí và toan tính như trong những lý thuyết kinh tế nhưng thực tế thì họ phức tạp hơn nhiều. Họ có thể hay quên, bốc đồng, khó hiểu, đầy cảm xúc và thiển cận. Những sự không hoàn hảo trong lý trí của con người là nguồn sống cho các nhà tâm lý học nhưng lại bị các nhà kinh tế lãng quên.

Herbert Simon, một trong những nhà khoa học xã hội đầu tiên nghiên cứu ở ranh giới giữa kinh tế học và tâm lý học, để xuất rằng những con người không nên được nhìn nhận như những kẻ tối đa hóa bằng lý trí (maximizers – những người chỉ đưa ra những quyết định tối ưu) mà là *những kẻ có định mức* (satisficers – những người sẽ hành động cho đến khi những tiêu chuẩn của họ được thỏa mãn). Thay vì luôn chọn hành vi tốt nhất, họ ra quyết định ở mức vừa đủ tốt. Tương tự, những nhà kinh tế khác cũng đề xuất rằng con người chỉ "cận lý trí" hay họ thể hiện "sự lý trí có giới hạn".

Nghiên cứu quyết định của con người đã luôn cố gắng tìm ra những sai lầm cố hữu của con người. Sau đây là một số kết quả:

- *Con người quá tự tin.* Tưởng tượng rằng bạn bị hỏi một vài câu hỏi liên quan tới số liệu, ví dụ như số quốc gia Châu Phi trong Liên hiệp quốc, độ cao của dãy núi cao nhất Bắc Mỹ hay tương tự như vậy. Thay vì bị hỏi về một sự ước tính đơn lẻ, bạn được yêu cầu đưa ra một khoảng tin cậy 90% có chứa con số chính xác. Khi những nhà tâm lý tiến hành các thực nghiệm như thế, họ thấy rằng hầu hết mọi người đưa ra một khoảng quá nhỏ: số lần kết quả thực sự nằm trong khoảng họ ước lượng thấp hơn 90% rất nhiều. Dễ thấy rằng phần lớn mọi người đều chắc chắn một cách thái quá về khả năng của họ.
- *Con người đánh giá quá cao một lượng nhỏ những quan sát nổi bật.* Tưởng tượng rằng bạn đang suy nghĩ về việc mua một chiếc xe hiệu X. Để biết độ đáng tin cậy của thương hiệu này, bạn tìm đọc Báo cáo Tiêu dùng, báo cáo đã điều tra 1.000 người sở hữu xe hiệu X. Sau đó bạn đến gặp một cô bạn có dùng một chiếc xe X, và cô ta nói rằng chiếc xe của cô ấy là một món rất tồi. Bạn nhìn nhận thế nào trước kinh nghiệm của cô bạn này? Nếu bạn suy nghĩ một cách có lý trí, bạn sẽ nhận ra rằng cô chỉ tăng mẫu quan sát của bạn từ 1.000 lên 1.001, điều mang lại không nhiều thông tin. Nhưng vì câu chuyện của cô quá nổi trội, bạn bị nó ảnh hưởng nhiều hơn trong việc ra quyết định.

- *Con người ngại thay đổi suy nghĩ của họ.* Con người thường lý giải các bằng chứng theo hướng khẳng định những niềm tin mà họ theo đuổi. Trong một nghiên cứu, những người tham gia nghiên cứu được yêu cầu đọc và đánh giá các báo cáo nghiên cứu về việc liệu hình phạt bằng tiền có thể ngăn chặn tội phạm. Sau khi đọc bản báo cáo, những người vốn thích việc tử hình khẳng định họ cảm thấy chắc chắn hơn về quan điểm của mình, và những người vốn phản đối hình phạt tử hình cũng nói rằng họ cũng kiên định hơn với quan điểm ban đầu. Hai nhóm này đã diễn dịch cùng một bằng chứng theo hai cách hoàn toàn trái ngược nhau.

Hãy nghĩ về những quyết định mà bạn đã chọn trong cuộc sống của mình. Bạn có giống như vậy không?

Một vấn đề nóng được tranh cãi là liệu những sự không lý trí có quan trọng trong nhìn nhận những hiện tượng kinh tế. Một ví dụ hấp dẫn trong một nghiên cứu về Kế hoạch lương hưu 401(k), những tài khoản hưu trí hưởng ưu đãi về thuế mà các công ty cung cấp cho công nhân của mình. Ở một số công ty, những công nhân quyết định tham gia vào những kế hoạch hưu trí này đơn giản chỉ cần điền vào một mẫu đơn nhỏ. Ở những công ty khác, người công nhân tự động được đưa vào các chương trình này và có thể quyết định rút ra bằng cách điền vào một mẫu đơn đơn giản. Kết quả là lượng công nhân tham gia trong trường hợp thứ hai lớn hơn trường hợp thứ nhất rất nhiều. Nếu những người công nhân kia hoàn toàn lý trí, họ sẽ chọn cách mang lại khoản hưu trí tối ưu bất kể cách mà các công ty để nghị họ như thế nào. Trên thực tế, hành vi của những công nhân thể hiện một sức ì (sự bị động) rất lớn. Việc hiểu hành vi của họ trở nên đơn giản hơn nếu chúng ta bỏ qua những mô hình về con người lý trí.

Bạn có thể hỏi tại sao kinh tế học lại được xây dựng trên giả định về tính lý trí trong khi tâm lý học và các tình huống thực tế lại nghi ngờ chúng. Sự kết hợp những khác biệt tâm lý phức tạp với tính lý trí vào trong câu chuyện có thể làm tăng tính thực tế, nhưng nó cũng làm phức tạp hóa vấn đề và khiến ta khó rút ra các kết luận hơn. Nhắc lại ở Chương 2, những mô hình kinh tế không nhằm tới việc tái hiện thực tế mà nhằm thể hiện bản chất của vấn đề cần phân tích như một sự hỗ trợ cho hiểu biết của chúng ta.

Một lý do khác khiến các nhà kinh tế thường đưa ra giả định về sự lý trí có thể là do chính họ cũng không phải những kẻ có hành vi tối đa hóa một cách lý trí. Cũng như người khác, họ cũng quá tự tin, và họ cũng ngại thay đổi đầu óc của mình. Sự lựa chọn của họ giữa những lý thuyết khác nhau về hành vi con người có thể cũng bộc lộ những sức ì nhất định. Hơn nữa, những nhà kinh tế có thể cũng cảm thấy hài lòng với một lý thuyết đủ tốt chứ không cần hoàn hảo. Mô hình với con người lý trí có thể là sự lựa chọn làm thỏa mãn những nhà khoa học xã hội.

Con người quan tâm đến sự công bằng

Một nhận định khác về hành vi con người được mô phỏng rõ nhất với một thực nghiệm gọi là *trò chơi tối hậu (ultimatum game).* Trò chơi diễn ra như sau: hai tình nguyện viên (không biết nhau) được cho biết rằng họ sắp chơi một trò chơi và có thể thắng tổng cộng 100 đô la. Trước khi chơi, họ được học cách chơi. Cuộc chơi

bắt đầu với một lần tung đồng xu, việc này dùng để sắp hai người tình nguyện vào hai vị trí: người chơi A và người chơi B. Vai trò của người A là để xuất một sự chia chác số tiền 100 đô la giữa anh ta và người còn lại. Sau khi A đưa ra đề xuất, B sẽ quyết định chấp nhận hay từ chối. Nếu anh ta chấp nhận, hai người sẽ được trả đúng theo đề xuất trên. Nếu B từ chối, cả hai người chơi sẽ ra về và không được gì. Dù trường hợp nào xảy ra, trò chơi sẽ kết thúc ngay sau đó.

Trước khi tiếp tục, hãy dừng lại và suy ngẫm về những thứ mà bạn sẽ làm trong tình huống này. Nếu bạn là người chơi A, bạn sẽ đề nghị chia món 100 đô la như thế nào? Nếu bạn là người chơi B, bạn sẽ chấp nhận đề nghị nào?

Những lý thuyết kinh tế truyền thông giả định trong trường hợp này con người đều là những kẻ lý trí có hành động tối đa hóa lợi ích. Giả định này dẫn tới một phỏng đoán đơn giản: Người chơi A nên đề nghị anh ta sẽ được 99 đô la và nhường cho người chơi B 1 đô la, và người chơi B sẽ chấp nhận đề nghị này. Sau cùng, một khi đề nghị được đưa ra, người chơi B tốt hơn hết là chấp nhận đề nghị chừng nào anh ta có được chút gì đó. Hơn nữa, vì người chơi A biết rằng người chơi B muốn chấp nhận đề nghị, anh ta chẳng có lý do gì để chia cho người chơi B hơn 1 đô la. Theo cách nói của lý thuyết trò chơi (đã thảo luận trong Chương 17), cách chia 99-1 này là một cân bằng Nash.

Đến khi những nhà kinh tế thực nghiệm mang *trò chơi tối hậu* đến cho những con người thực, kết quả lại khác với phỏng đoán trên. Người ở vị trí B thường từ chối các đề nghị sẽ chia cho họ 1 đô la hoặc những khoản ít như vậy. Đoán trước được điều này, người chơi A thường đề nghị sẽ chia cho B mức lơn hơn 1 đô la nhiều lần. Một vài người sẽ đề nghị chia 50-50, nhưng phổ biến hơn là người chơi A sẽ đề nghị đưa cho người chơi B 30 hoặc 40 đô la, giữ lại phần nhiều hơn cho mình. Trong trường hợp này thường thì B sẽ chấp nhận.

Chuyện gì đang xảy ra? Lời giải thích tự nhiên cho việc này là con người bị dẫn dắt một phần bởi một ý thức bẩm sinh về sự công bằng. Một sự chia chác 99-1 dường như quá không công bằng đối với nhiều người đến nỗi họ nhanh chóng từ chối, cho dù họ cũng bị thiệt. Trái lại, cách chia 70-30 tuy vẫn chưa công bằng, nhưng nó không quá bất công đến nỗi khiến người ta bỏ qua những lợi ích riêng thông thường.

Xuyên suốt phần phân tích của chúng ta về hành vi của hộ gia đình và doanh nghiệp, ý thức bẩm sinh về sự công bằng không đóng bất cứ vai trò nào. Nhưng kết quả của trò chơi tối hậu lại đề xuất rằng có lẽ ý thức ấy có một vai trò nhất định. Ví dụ, ở Chương 18 và 19, chúng ta thảo luận về cách các mức lương được xác định bởi cung và cầu lao động. Một vài nhà kinh tế đã đề xuất rằng sự công bằng thấy được trong các khoản lương mà công ty trả cho công nhân cũng có vai trò nhất định. Thế nên, khi một công ty có một năm đặc biệt phát đạt, những công nhân (tương tự như người chơi B) có thể kỳ vọng được trả thêm một phần tương xứng của thành công đó, ngay cả khi mức lương cân bằng chuẩn không chỉ ra việc này. Công ty (tương tự người chơi A) cũng có thể quyết định trả thêm cho công nhân nhiều hơn mức lương cân bằng trên thị trường vì lo lắng những công nhân sẽ trút giận lên công ty bằng cách ít cố gắng hơn, hoặc đình công hay thậm chí đập phá.

Con người không nhất quán

Hãy tưởng tượng một nhiệm vụ nhàm chán, kiểu như phải tự giặt đồ, dọn tuyết hoặc điền vào mẫu kê khai thuế. Giờ xem xét những câu hỏi sau:

1. Bạn thích (A) dành 50 phút để làm việc đó ngay bây giờ hay (B) để mai làm và phải dành ra tới 60 phút?
2. Bạn thích (A) dành ra 50 phút để làm nó sau 90 ngày hay (B) 60 phút để làm nó sau 91 ngày?

Khi bị hỏi những câu kiểu này, rất nhiều người chọn B cho Câu 1 và A cho Câu 2. Khi nhìn về tương lai (kiểu như Câu 2), họ thường tối thiểu hóa lượng thời gian phải dành cho những nhiệm vụ tẻ nhạt. Nhưng trước việc phải làm nó ngay lập tức (như trong Câu 1), họ lại thường trì hoãn chúng.

Trong vài trường hợp, việc này không có gì lạ: Mọi người đều trì hoãn hết lần này tới lần khác. Nhưng trên quan điểm của lý thuyết về con người lý trí, nó rất khó hiểu. Giả sử rằng, trả lời câu thứ hai, một người chọn dành 50 phút sau 90 ngày. Nếu vậy, khi ngày thứ 90 đến, chúng ta đồng ý cho anh ta thay đổi quyết định. Bằng cách đó, anh ta lại phải đối diện với câu hỏi 1, vậy nên anh ta quyết định để việc đó cho ngày mai. Nhưng tại sao thời gian trôi qua làm thay đổi quyết định của anh ta?

Nhiều lúc trong cuộc sống, mọi người đặt ra kế hoạch cho chính mình, nhưng sau đó lại không thể tuân theo chúng. Một người hút thuốc tự hứa với mình sẽ bỏ thuốc, nhưng chỉ vài tiếng sau khi hút điếu cuối cùng, anh ta lại thèm một điếu và phá vỡ lời hứa ban nãy. Một người đang cố giảm cân hứa là sẽ bỏ bữa tráng miệng, nhưng khi phục vụ bàn đẩy xe đồ ăn tráng miệng đi ngang, lời hứa đó bị phá vỡ. Trong cả hai trường hợp, sự ham muốn những thỏa mãn tức khắc khiến người ra quyết định quên đi kế hoạch trước đó.

Vài nhà kinh tế tin rằng quyết định chi tiêu – tiết kiệm là một ví dụ điển hình mà người ta thường bộc lộ sự không nhất quán theo thời gian. Với nhiều người, việc tiêu dùng mang lại sự thỏa mãn ngay lúc đó. Tiết kiệm cũng giống như bỏ qua một điếu thuốc hay một bữa tráng miệng, cần sự hy sinh hiện tại để được lợi ích trong tương lai. Cũng như nhiều người hút thuốc ước rằng mình có thể bỏ thuốc hay những người thừa cân ước gì họ đã ăn ít hơn, rất nhiều người tiêu dùng ước rằng họ đã tiết kiệm hơn. Theo một nghiên cứu, 76 phần trăm người Mỹ nói rằng họ đã không tiết kiệm đủ cho tuổi già của mình.

Một ngụ ý của sự không nhất quán theo thời gian là con người nên tìm nhiều cách để khẳng định tương lai chính họ để giúp họ có thể theo đúng kế hoạch đã đặt ra. Người cố bỏ thuốc nên vứt mấy điếu thuốc đi và người ăn kiêng nên khóa tủ lạnh lại. Một người ít tiết kiệm sẽ làm thế nào? Anh nên tìm cách nào đó để khóa hầu bao của mình lại trước khi tiêu hết. Một số tài khoản hưu trí, ví dụ như tài khoản 401(k), có chức năng như vậy. Một công nhân có thể chấp nhận bị trích một khoản ra khỏi lương của anh ta trước cả khi anh ta nhận được nó. Số tiền ấy được gửi vào một tài khoản mà muốn dùng trước tuổi hưu trí sẽ tốn phí. Có lẽ đó là lý do tại sao các tài khoản hưu trí như vậy lại rất phổ biến. Chúng bảo vệ mọi người khỏi ham muốn của chính họ đối với những sự thỏa mãn tức thời.

KIỂM TRA NHANH: *Diễn tả ít nhất ba cách mà quyết định của con người khác với giả định về con người lý trí theo các lý thuyết kinh tế truyền thống.*

KẾT LUẬN

Chương này thảo luận về những hướng nghiên cứu mới trong kinh tế học vi mô. Bạn có thể thấy rằng chúng ta chỉ phác họa các ý tưởng chứ chưa phát triển chúng một cách đầy đủ. Điều này không phải ngẫu nhiên. Một phần là vì bạn có thể nghiên cứu những vấn đề này trong những chương trình cao hơn. Lý do khác là những vấn đề này đang còn được nghiên cứu, vì thế chúng vẫn đang được hoàn chỉnh thêm.

Để thấy cách mà những vấn đề này đóng góp vào toàn cảnh, hãy nhắc lại *Mười Nguyên lý của Kinh tế học* ở Chương 1. Một nguyên lý nhấn mạnh rằng cơ chế thị trường thường là một cách tốt để tổ chức hoạt động kinh tế. Một nguyên lý khác nói rằng những chính phủ đôi lúc có thể cải thiện kết quả sinh ra từ cơ chế thị trường. Khi nghiên cứu kinh tế học, bạn có thể đánh giá đúng hơn sự chân thực của những nguyên lý này cũng như là những kết luận đi cùng chúng. Nghiên cứu thông tin bất cân xứng khiến bạn cẩn trọng hơn với những kết quả từ cơ chế thị trường. Nghiên cứu kinh tế chính trị giúp bạn cẩn trọng hơn với những giải pháp của chính phủ. Và những nghiên cứu về kinh tế học hành vi khiến bạn cảnh giác hơn với những định chế dựa vào hành vi cá nhân, bao gồm cả thị trường và chính phủ.

Nếu có một đề tài thống nhất cho những vấn đề trên thì đó sẽ là: cuộc sống này rất lộn xộn. Thông tin thì không hoàn hảo, chính phủ và con người cũng vậy. Tất nhiên, bạn biết điều này từ rất lâu trước khi bạn nghiên cứu kinh tế học, nhưng nhà kinh tế cần hiểu những sự không hoàn hảo này càng rõ càng tốt nếu muốn giải thích và thậm chí là cải thiện thế giới quanh họ.

TÓM TẮT

- Trong nhiều giao dịch kinh tế, thông tin là không cân xứng. Khi có những hành động bị che giấu, chủ thể có thể lo ngại rằng các tác nhân có thể gặp vấn đề rủi ro đạo đức. Khi có những tính chất (thông tin) bị che đậy, người mua có thể sẽ lo ngại về vấn đề lựa chọn ngược ở người bán. Các thị trường tư nhân đôi khi giải quyết vấn đề thông tin bất cân xứng bằng cách cung cấp thông tin và thẩm tra.
- Dù cho chính sách của chính phủ đôi khi có thể cải thiện kết quả từ thị trường, bản thân các chính phủ cũng là những định chế không hoàn hảo. Nghịch lý Condorcet chỉ ra rằng nguyên tắc đa số thất bại trong việc tạo ra các lựa chọn ưa thích mang tính bắc cầu cho xã hội và Định luật bất khả thi Arrow chỉ ra rằng không có một hệ thống bầu cử nào hoàn hảo. Trong nhiều trường hợp, các cơ chế dân chủ sẽ mang đến kết quả đúng theo ý muốn của cử tri trung vị, bất chấp ý muốn của những cử tri còn lại. Hơn

nữa, những cá nhân quyết định các chính sách chính phủ có thể bị cám dỗ bởi những lợi ích cá nhân hơn là lợi ích của quốc gia.

- Nghiên cứu tâm lý học và kinh tế học chỉ ra rằng quyết định của con người phức tạp hơn rất nhiều so với giả định của kinh tế học truyền thống. Con người không phải bao giờ cũng lý trí, họ quan tâm tới tính công bằng của các kết quả kinh tế (ngay cả khi điều này gây tổn hại cho chính họ), và họ cũng có thể không nhất quán theo thời gian.

KHÁI NIỆM THEN CHỐT

Rủi ro đạo đức	moral hazard
Tác nhân	agent
Chủ thể	principal
Lựa chọn ngược	adverse selection
Cung cấp thông tin	signaling
Thẩm tra	screening
Kinh tế chính trị	political economy
Nghịch lý Condorcet	Condorcet paradox
Định luật bất khả thi Arrow	Arrow's impossibility theorem
Định lý cử tri trung vị	median voter theorem
Kinh tế học hành vi	behavioral economics

CÂU HỎI ÔN TẬP

1. Lựa chọn ngược là gì? Cho ví dụ một thị trường mà trong đó lựa chọn ngược có thể là một vấn đề.
2. Rủi ro đạo đức là gì? Kể ra ba thứ mà một người tuyển dụng có thể tiến hành nhằm làm vấn đề bớt trầm trọng.
3. Condorcet đã chú ý những đặc điểm không bình thường nào của bầu cử?
4. Định nghĩa việc cung cấp thông tin và thẩm tra và cho ví dụ mỗi loại.
5. Mô tả trò chơi tối hậu. Lý thuyết kinh tế truyền thống dự đoán kết quả của nó như thế nào? Thực tiễn có chứng tỏ kết quả như thế không? Giải thích.
6. Giải thích tại sao nguyên tắc đa số lại tuân theo ý muốn của cử tri trung vị hơn là cử tri trung bình.

BÀI TẬP VÀ ỨNG DỤNG

1. Giả sử rằng công ty bảo hiểm sức khỏe Sống thọ và Sung túc tính phí 5.000 đô la mỗi năm cho một hợp đồng bảo hiểm gia đình. Chủ tịch công ty đề nghị công ty nên tăng mức phí hàng năm lên 6.000 đô la để tăng lợi nhuận.

Nếu công ty làm theo đề nghị này, vấn đề kinh tế nào sẽ nảy sinh? Tính trung bình thì nhóm khách hàng của công ty sẽ trở nên khỏe mạnh hay kém khỏe mạnh hơn? Lợi nhuận công ty có nhất thiết tăng không?

2. Mỗi trường hợp sau liên quan tới rủi ro đạo đức. Trong mỗi trường hợp, xác định chủ thể và tác nhân và giải thích tại sao lại có thông tin bất cân xứng. Làm cách nào để giảm thiểu vấn đề rủi ro đạo đức trong các trường hợp này?
   a. Chủ đất yêu cầu người thuê trả tiền đặt cọc tốn thất.
   b. Các công ty thưởng những người điều hành cấp cao quyền mua cổ phiếu công ty với giá cố định trong tương lai.
   c. Công ty bảo hiểm xe hơi đề nghị các khoản khấu trừ cho những khách hàng lắp đặt thiết bị chống trộm.
3. Những nhà hoạt động chống AIDS tin rằng các công ty bảo hiểm sức khỏe không nên được cho phép hỏi người mua bảo hiểm rằng liệu họ có nhiễm vi rút HIV mà sẽ dẫn tới AIDS không. Điều này có lợi hay không cho những người dương tính với HIV? Điều này giảm nhẹ hay làm trầm trọng hơn vấn đề lựa chọn ngược trong thị trường bảo hiểm sức khỏe? Bạn nghĩ nó sẽ làm tăng hay giảm số người không mua bảo hiểm sức khỏe? Theo ý kiến của bạn, chính sách này có tốt không? Giải thích câu trả lời của bạn cho mỗi câu hỏi.
4. Một tình huống nghiên cứu trong chương này đã mô tả làm thế nào mà một anh chàng có thể truyền thông tin đến bạn gái rằng anh yêu cô ấy, bằng cách tặng một món quà phù hợp. Bạn có cho rằng việc nói "Anh yêu em" cũng có thể là một cách cung cấp thông tin không? Tại sao?
5. Ken bước vào một tiệm kem.

NGƯỜI PHỤC VỤ:	"Hôm nay chúng tôi có vị va-ni và sô cô la"
KEN:	"Tôi chọn vị va-ni"
NGƯỜI PHỤC VỤ:	"Tôi quên mất, chúng tôi có vị dâu nữa"
KEN:	"Nếu vậy tôi chọn sô cô la"

   Ken đã vi phạm tính chất cơ bản nào trong việc ra quyết định? (Gợi ý: Đọc lại đoạn về định luật bất khả thi Arrow).
6. Chính phủ đang cân nhắc hai phương án cứu trợ người nghèo: bằng tiền mặt hoặc bằng các bữa ăn miễn phí. Hãy cho một lập luận ủng hộ việc trao tiền mặt. Cho một lập luận dựa trên thông tin bất cân xứng để chứng tỏ việc sử dụng các bữa ăn miễn phí sẽ tốt hơn.
7. Ba người bạn đang chọn chương trình truyền hình để xem. Sau đây là sở thích của họ:

	Chandler	Phoebe	Monica
Lựa chọn đầu tiên	Dexter	Glee	House
Lựa chọn thứ hai	Glee	House	Dexter
Lựa chọn thứ ba	House	Dexter	Glee

a. Nếu ba người này sử dụng phép tính Borda để quyết định, chuyện gì sẽ xảy ra?

b. Monica đề nghị một cuộc bầu chọn theo quy tắc số đông. Cô đề nghị trước hết hãy chọn giữa Dexter và Glee, sau đó đem chương trình được chọn so sánh với House. Nếu họ bầu theo đúng những sở thích của họ thì kết quả nào sẽ xảy ra?

c. Chandler có nên nghe theo đề nghị của Monica không? Anh ta sẽ thích bầu theo kiểu nào hơn?

d. Phoebe và Monica thuyết phục Chandler làm theo đề nghị của Monica. Ở vòng 1, Chandler nói dối rằng anh ta thích Glee hơn Dexter. Tại sao anh ta lại làm như vậy?

8. Ba người bạn đang chọn nhà hàng để ăn tối. Bảng sau thể hiện ý thích của họ:

	Rachel	Ross	Joey
Lựa chọn đầu tiên	Ý	Ý	Trung Hoa
Lựa chọn thứ hai	Trung Hoa	Trung Hoa	Mexico
Lựa chọn thứ ba	Mexico	Mexico	Pháp
Lựa chọn thứ tư	Pháp	Pháp	Ý

a. Nếu họ sử dụng phép tính Borda để quyết định, họ sẽ đi ăn ở đâu?

b. Trên đường tới nhà hàng, họ thấy rằng nhà hàng Mexico và nhà hàng Pháp đã đóng cửa, thế nên họ lại dùng phép tính Borda để quyết định chọn giữa hai nhà hàng còn lại. Lúc này họ sẽ chọn đi ăn ở đâu?

c. Câu trả lời của bạn cho Câu (a) và (b) liên quan với định luật bất khả thi Arrow như thế nào?

9. Một nhóm vận động viên đang tranh tài ở nội dung ba môn phối hợp dài ngày. Họ có cuộc thi chạy vào ngày đầu, thi bơi vào ngày thứ hai và đạp xe vào ngày cuối. Bạn biết thứ tự mà những người dự thi hợp lệ sẽ hoàn thành mỗi phần của cuộc đua. Từ thông tin này, bạn được yêu cầu xếp hạng chung cuộc cho họ. Các điều kiện cho trước như sau:

- Thứ hạng của các vận động viên có tính bắc cầu: nếu A xếp trên B và B xếp trên C thì A phải xếp trên C.
- Nếu A về trước B trong cả ba cuộc đua thì A phải xếp trên B.
- Thứ tự xếp hạng của hai vận động viên bất kỳ không phụ thuộc vào việc một vận động viên khác bị loại hoặc bỏ cuộc trước khi xếp hạng chung cuộc.

Theo định luật bất khả thi của Arrow, chỉ có ba cách để xếp hạng sao cho thỏa các điều kiện trên. Những cách đó là gì? Bạn có nghĩ ra phương án nào xếp hạng tốt hơn không? Điều kiện nào ở trên mà phương án của bạn không thỏa mãn?

10. Năm người bạn cùng lớp ra lên kế nghỉ cuối tuần trong ký túc để xem phim. Họ tranh cãi về việc sẽ xem bao nhiêu bộ phim. Đây là mức mà họ sẵn lòng trả:

	Quentin	Spike	Ridley	Martin	Steven
Phim đầu tiên	$14	$10	$8	$4	$2
Phim thứ hai	12	8	4	2	0
Phim thứ ba	10	6	2	0	0
Phim thứ tư	6	2	0	0	0
Phim thứ năm	2	0	0	0	0

Mua một DVD tốn 15 đô la, khoản này sẽ được những người này chia đều, mỗi người 3 đô la.

a. Giá trị tối ưu của số bộ phim họ xem (số bộ phim mang đến tổng thặng dư lớn nhất)?

b. Số bộ phim tối ưu theo quan điểm của mỗi người là bao nhiêu?

c. Ý muốn của thành viên trung vị trong nhóm là bao nhiêu?

d. Nếu những người này tiến hành bầu chọn ra giữa số tối ưu số phim theo ý muốn của thành viên trung vị, mỗi người sẽ bầu thế nào?

e. Nếu một trong số họ đưa ra một đề xuất khác về số bộ phim, đề nghị của người đó có thắng được kết quả chiến thắng từ Câu (d) trong một cuộc bầu chọn không?

f. Có thể dựa vào nguyên tắc số đông để đạt được kết quả tối ưu trong việc cung cấp hàng hóa công không?

11. Giải thích tại sao các phản ứng sau có thể phản ánh sự phi lý trí.

a. Sau một vụ động đất được thông báo rộng rãi ở California, nhiều người gọi đến công ty bảo hiểm của họ và yêu cầu sản phẩm bảo hiểm động đất.

b. Trong tháng Một, nhiều câu lạc bộ thể hình cung cấp mức phí thành viên đặc biệt để thu hút những khách hàng đã đặt quyết tâm trong năm mới là sẽ tập luyện nhiều hơn. Ngay cả khi chi phí cho việc đó rất cao, nhiều người trong số khách hàng mới này hiếm khi đến tập ở câu lạc bộ.

12. Hai quầy kem lưu động tìm vị trí đặt tiệm trên một bãi biển dài 1 dặm. Mọi người phân bố đều trên bãi biển, mỗi người trong số họ mua đúng một cây kem trong một ngày tại quầy gần nhất.

Mỗi người bán kem đều muốn tối đa hóa số khách hàng. Họ nên dựng tiệm ở đâu trên bãi biển? Kết quả cuối cùng nhắc bạn đến phần nào trong chương này?

Để biết thêm thông tin về chủ đề của chương này, hãy ghé thăm website của chúng tôi tại *www.cengage.com/international* để xem thêm bài tập, ứng dụng, ví dụ, các bài kiểm tra trực tuyến và các nội dung khác.

THUẬT NGỮ

A

[ablity-to-pay principle] **nguyên lý về khả năng chi trả**: ý tưởng cho rằng thuế nên đánh vào một người dựa vào khả năng đóng thuế của người đó

[absolute advantage] **lợi thế tuyệt đối**: khả năng sản xuất ra một sản phẩm với nhập lượng đầu vào ít hơn so với nhà sản xuất khác

[accounting profit] **lợi nhuận kế toán**: tổng doanh thu trừ tổng chi phí sổ sách

[adverse selection] **lựa chọn ngược**: xu hướng mà một tập hợp các thuộc tính không quan sát được trở nên không đáng mong muốn trên quan điểm của một chủ thể không có đầy đủ thông tin

[agent] **tác nhân**: người thực hiện một công việc nào đó cho một người khác, gọi là chủ thể (xem [principal] **chủ thể**)

[Arrow's imposibility theorem] **định luật bất khả thi Arrow**: một kết quả toán học chỉ ra rằng trong một số điều kiện nhất định, không có cách thức nào để tổng hợp các sở thích cá nhân thành sở thích chung của toàn xã hội

[average fixed cost] **chi phí cố định bình quân**: chi phí cố định chia cho sản lượng

[average revenue] **doanh thu bình quân**: tổng doanh thu chia cho sản lượng bán

[average tax rate] **thuế suất bình quân**: tổng lượng thuế phải nộp chia cho tổng thu nhập

[average total cost] **tổng chi phí bình quân**: tổng chi phí chia cho tổng sản lượng

[average variable cost] **chi phí biến đổi bình quân**: chi phí biến đổi chia cho tổng sản lượng

B

[behavioral economics] **kinh tế học hành vi**: một nhánh của kinh tế học kết hợp những kiến thức về tâm lý học

[benefits principle] **nguyên lý về lợi ích**: ý tưởng cho rằng cá nhân nên đóng thuế dựa trên lợi ích mà họ nhận được từ các dịch vụ của chính phủ

[budget constraint] **ràng buộc về ngân sách**: giới hạn về gói hàng hóa tiêu dùng mà người tiêu dùng có thể chi trả

[business cycle] **chu kỳ kinh tế**: những dao động trong các hoạt động kinh tế như việc làm và sản xuất

C

[capital] **vốn**: thiết bị và nhà xưởng dùng để sản xuất hàng hóa và dịch vụ

[cartel] **cartel**: một nhóm các doanh nghiệp hoạt động vì mục tiêu chung

[circular-flow diagram] **sơ đồ chu chuyển**: biểu đồ biểu thị dòng tiền luân chuyển thông qua các thị trường, giữa các hộ gia đình và doanh nghiệp

[club goods] **hàng hóa nhóm**: những hàng hóa có khả năng loại trừ nhưng không có tính cạnh tranh trong tiêu dùng

[Coase theorem] **định lý Coase**: định đề cho rằng nếu các bên có thể thương lượng về việc phân bổ các nguồn lực mà không phải chịu các chi phí giao dịch thì họ có thể tự giải quyết vấn đề ngoại tác

[collusion] **cấu kết**: thỏa thuận giữa các doanh nghiệp trên thị trường về sản lượng và giá

[commodity money] **tiền tệ hàng hóa**: tiền dưới dạng hàng hóa có giá trị thực chất

[common resources] **tài nguyên công/ nguồn lực chung**: những hàng hóa có tính cạnh tranh trong tiêu dùng nhưng không có khả năng loại trừ

[comparative advantage] **lợi thế so sánh, lợi thế tương đối**: khả năng sản xuất một hàng hóa với chi phí cơ hội thấp hơn so với một nhà sản xuất khác

[compensating differential] **chênh lệch lương**: phần chênh lệch về lương nhằm bù đắp cho những thuộc tính phi tiền tệ của những công việc khác nhau

[competitive market] **thị trường cạnh tranh**: thị trường với rất nhiều người mua và người bán một loại hàng hóa đồng nhất, trong đó mỗi người mua và bán đều là những người chấp nhận giá

[complements] **hàng hóa bổ sung**: hai hàng hóa mà khi giá hàng hóa này tăng thì cầu của hàng hóa kia giảm

[Condorcet paradox] **nghịch lý Condorcet**: thất bại của quy tắc đa số trong việc xây dựng sở thích có tính bắc cầu của toàn xã hội

[constant returns to scale] **hiệu suất không đổi theo quy mô**: thuộc tính mà theo đó tổng chi phí bình quân dài hạn không đổi theo sản lượng

[consumer surplus] **thặng dư tiêu dùng**: mức sẵn lòng trả của người tiêu dùng cho một hàng hóa trừ cho số tiền mà người đó thực tế phải trả cho hàng hóa đó

[corrective tax] **thuế hiệu chỉnh**: một loại thuế được thiết kế để làm cho những người ra quyết định tư nhân tính đến những chi phí xã hội phát sinh do ngoại tác tiêu cực

[cost] **chi phí**: giá trị của những thứ mà người bán phải bỏ ra để sản xuất một hàng hóa

[cost-benefit analysis] **phân tích lợi ích chi phí**: môn học so sánh các chi phí và lợi ích của xã hội trong việc sản xuất một hàng hóa công

[cross-price elasticity of demand] **độ co giãn của cầu theo giá chéo**: số đo cho biết lượng cầu của một hàng hóa thay đổi như thế nào ứng với sự thay đổi về giá của một hàng hóa khác, được tính bằng phần trăm thay đổi trong lượng cầu của hàng hóa thứ nhất chia cho phần trăm thay đổi về giá của hàng hóa thứ hai

D

[deadweight loss] **tổn thất vô ích**: phần giảm sút trong tổng thặng dư gây ra bởi những biến dạng thị trường, chẳng hạn như thuế

[demand curve] **đường cầu**: đồ thị biểu diễn mối quan hệ giữa giá và lượng cầu của một hàng hóa

[demand schedule] **biểu cầu**: bảng biểu diễn mối quan hệ giữa giá và lượng cầu của một hàng hóa

[diminishing marginal product] **sản lượng biên giảm dần**: thuộc tính mà theo đó sản lượng biên của một yếu tố đầu vào giảm khi lượng đầu vào đó tăng lên

[discrimination] **phân biệt đối xử**: việc cung cấp những cơ hội khác nhau cho những cá nhân giống nhau, chỉ khác nhau về chủng tộc, giới tính, tuổi tác, hoặc những thuộc tính cá nhân khác

[diseconomies of scale] **bất lợi kinh tế do quy mô**: thuộc tính mà theo đó tổng chi phí bình quân tăng khi sản lượng tăng

[dominant strategy] **chiến lược thống soái**: chiến lược tốt nhất cho một người chơi, bất kể người chơi kia lựa chọn chiến lược nào

E

[economic profit] **lợi nhuận kinh tế**: tổng doanh thu trừ tổng chi phí, bao gồm cả chi phí sổ sách và chi phí ẩn

[economics] **kinh tế học**: môn học về sự quản lý các nguồn lực khan hiếm của xã hội

[economies of scale] **lợi thế kinh tế do quy mô, lợi thế kinh tế theo quy mô**: thuộc tính mà theo đó tổng chi phí bình quân giảm khi sản lượng tăng

[efficiency] **hiệu quả**: thuộc tính theo đó xã hội đạt được nhiều nhất có thể từ những nguồn lực khan hiếm của nó

[efficient scale] **quy mô hiệu quả**: mức sản lượng tối thiểu hóa tổng chi phí bình quân

[elasticity] **độ co giãn**: số đo mức độ phản ứng của lượng cầu hoặc lượng cung đối với các yếu tố tác động đến nó

[equality] **bình đẳng**: tình trạng phân phối sự thịnh vượng kinh tế một cách bằng nhau giữa các thành viên trong xã hội

[equilibrium] **cân bằng**: tình trạng mà ở đó giá thị trường làm cho lượng cung bằng lượng cầu

[equilibrium price] **giá cân bằng**: mức giá làm cân bằng lượng cung và lượng cầu

[equilibrium quantity] **sản lượng cân bằng**: lượng cung và lượng cầu tại mức giá cân bằng

[excludability] **khả năng loại trừ, tính loại trừ**: thuộc tính của một hàng hóa theo đó một người có thể bị ngăn cản sử dụng hàng hóa đó

[explicit costs] **chi phí sổ sách**: những chi phí cho yếu tố đầu vào đòi hỏi doanh nghiệp phải bỏ tiền ra chi trả

[externality] **ngoại tác**: tác động không được bù đắp của hành vi một người đối với phúc lợi của một người ngoài cuộc

F

[factors of production] **các yếu tố sản xuất**: những đầu vào dùng để sản xuất hàng hóa và dịch vụ

[fixed cost] **chi phí cố định**: những chi phí không thay đổi theo sản lượng

[free rider] **kẻ ngồi không hưởng lợi, kẻ thụ hưởng miễn phí**: người nhận được lợi ích từ một hàng hóa nhưng không trả tiền

G

[game theory] **lý thuyết trò chơi**: môn học về hành vi của con người trong những tình huống có tính chiến lược

[Giffen good] **hàng hóa Giffen**: một hàng hóa mà giá tăng làm tăng lượng cầu

H

[horizontal equity] **công bằng theo chiều ngang**: ý tưởng cho rằng những người nộp thuế với năng lực đóng thuế như nhau nên nộp một khoản thuế như nhau

I

[implicit costs] **chi phí ẩn**: những chi phí đầu vào không đòi hỏi doanh nghiệp phải chi tiền ra để trả

[incentive] **động cơ, động cơ khuyến khích**: một yếu tố nào đó thôi thúc một cá nhân hành động

[income effect] **tác động thu nhập**: thay đổi trong tiêu dùng do thay đổi về giá làm cho người tiêu dùng dịch chuyển đến một đường bàng quan cao hơn hoặc thấp hơn

[income elasticity of demand] **độ co giãn của cầu theo thu nhập**: số đo cho biết lượng cầu của một hàng hóa thay đổi như thế nào ứng với sự thay đổi trong thu nhập của người tiêu dùng, được tính bằng phần trăm thay đổi trong lượng cầu chia cho phần trăm thay đổi về thu nhập

[indifference curve] **đường bàng quan**: đường biểu diễn những gói hàng hóa đem lại cùng một mức độ thỏa mãn

[inferior good] **hàng hóa thứ cấp**: một hàng hóa mà với các yếu tố khác không đổi, thu nhập tăng làm giảm lượng cầu

[inflation] **lạm phát**: sự gia tăng mức giá chung của nền kinh tế

[in-kind transfer] **chuyển nhượng dưới dạng hàng hóa**: chuyển nhượng cho người nghèo dưới hình thức hàng hóa và dịch vụ chứ không phải tiền

[internalizing the externality] **nội hóa ngoại tác**: làm thay đổi các động cơ sao cho các cá nhân tính đến tác động ngoại tác trong hành vi của họ

L

[law of demand] **quy luật cầu**: phát biểu cho rằng với các yếu tố khác không đổi, lượng cầu của một hàng hóa giảm khi giá của nó tăng lên

[law of supply] **quy luật cung**: phát biểu cho rằng với các yếu tố khác không đổi, lượng cung của một hàng hóa tăng khi giá của nó tăng lên

[law of supply and demand] **quy luật cung cầu**: phát biểu cho rằng giá của một hàng hóa sẽ điều chỉnh sao cho lượng cầu và lượng cung bằng nhau

[liberalism] **chủ nghĩa tự do**: triết lý trong chính trị theo đó chính phủ nên lựa chọn những chính sách được cho là công bằng bởi những người quan sát không thiên vị ra quyết định đằng sau "bức màn vô minh", một tình huống giả định mà ở đó người quyết định không biết trước được mình sẽ ở vị trí nào trong các giai tầng phân phối thu nhập

[libertarianism] **chủ nghĩa tự do cá nhân**: triết lý trong chính trị theo đó chính phủ nên trừng phạt tội phạm và củng cố những thỏa thuận tự nguyện, nhưng không phân phối lại thu nhập

[life cycle] **vòng đời**: xu hướng dao động thông thường về thu nhập trong suốt cuộc đời một con người

[lump-sum tax] **thuế đồng nhất**: một mức thuế như nhau cho tất cả mọi người

M

[macroeconomics] **kinh tế học vĩ mô**: môn học nghiên cứu những hiện tượng tổng quát của nền kinh tế, bao gồm lạm phát, thất nghiệp, và tăng trưởng kinh tế

[marginal changes] **những thay đổi biên**: những thay đổi nhỏ trong kế hoạch hành động

[marginal cost] **chi phí biên**: gia tăng trong tổng chi phí do tăng một đơn vị sản lượng

[marginal product] **sản lượng biên**: gia tăng trong sản lượng do tăng một đơn vị đầu vào

[marginal product of labor] **sản lượng biên của lao động**: gia tăng trong sản lượng do tăng một đơn vị lao động

[marginal rate of substitution] **tỷ lệ thay thế biên**: tỷ lệ mà theo đó người tiêu dùng sẵn lòng đánh đổi một hàng hóa để lấy một hàng hóa khác

[marginal revenue] **doanh thu biên**: mức thay đổi trong doanh thu do tăng một đơn vị sản lượng bán ra

[marginal tax rate] **thuế suất biên**: tiền thuế tăng thêm khi thu nhập tăng thêm một đô la

[market] **thị trường**: một nhóm người mua và bán một hàng hóa hay dịch vụ cụ thể

[market economy] **nền kinh tế thị trường**: nền kinh tế phân bổ các nguồn lực thông

qua các quyết định phi tập trung của doanh nghiệp và hộ gia đình trong quá trình tương tác trên các thị trường hàng hóa và dịch vụ

[market failure] **thất bại thị trường**: tình huống mà ở đó thị trường thất bại trong việc phân bổ các nguồn lực một cách hiệu quả

[market power] **quyền lực thị trường**: khả năng của một tác nhân kinh tế riêng lẻ (hay một nhóm nhỏ các tác nhân) trong việc ảnh hưởng đáng kể đến giá cả thị trường

[maximin criterion] **tiêu chí tối đa hóa phúc lợi nhóm người nghèo**: đề xuất cho rằng chính phủ nên tập trung tối đa hóa phúc lợi của nhóm người nghèo nhất trong xã hội

[median voter theorem] **định lý cử tri trung vị**: một kết quả toán học cho thấy nếu các cử tri phải chọn một điểm trên một đường thẳng và mỗi cử tri đều muốn điểm gần với điểm mong muốn của anh ta nhất, thì quy tắc đa số sẽ dẫn đến việc lựa chọn điểm ưa thích nhất của người bỏ phiếu trung vị

[microeconomics] **kinh tế học vi mô**: môn học nghiên cứu quá trình ra quyết định của các hộ gia đình và doanh nghiệp, và tương tác của họ trên các thị trường

[monopolistic competition] **cạnh tranh độc quyền**: một cấu trúc thị trường trong đó nhiều doanh nghiệp bán những sản phẩm tương tự nhưng không đồng nhất

[monopoly] **doanh nghiệp độc quyền**: một doanh nghiệp là người bán duy nhất một sản phẩm cụ thể mà không có hàng hóa thay thế gần gũi nào

[moral hazard] **rủi ro đạo đức**: xu hướng của một người khi không được giám sát sẽ thực hiện những hành vi không trung thực hoặc không đáng mong muốn

N

[Nash equilibrium] **cân bằng Nash**: tình huống mà ở đó các tác nhân kinh tế khi tương tác với những tác nhân khác, mỗi bên sẽ lựa chọn chiến lược tốt nhất sau khi biết đối phương đã chọn những chiến lược của họ

[natural monopoly] **doanh nghiệp độc quyền tự nhiên**: doanh nghiệp độc quyền do tình huống mà ở đó một doanh nghiệp có thể cung cấp một hàng hóa hay dịch vụ cho toàn bộ thị trường với chi phí thấp hơn là hai hoặc nhiều doanh nghiệp

[negative income tax] **thuế thu nhập âm**: một hệ thống thu thuế từ những hộ gia đình có thu nhập cao và trợ cấp cho những hộ gia đình có thu nhập thấp

[normal good] **hàng hóa thông thường**: một hàng hóa mà với những yếu tố khác không đổi, sự gia tăng trong thu nhập sẽ dẫn đến gia tăng lượng cầu

[normative statement] **phát biểu chuẩn tắc**: những phát biểu chỉ ra sự việc nên diễn ra như thế nào

O

[oligopoly] **độc quyền nhóm**: cấu trúc thị trường mà ở đó chỉ có một vài người bán những sản phẩm tương tự hoặc đồng nhất

[opportunity cost] **chi phí cơ hội**: tất cả những thứ cần phải bỏ ra để đạt được một cái gì đó

P

[perfect complements] **hàng hóa bổ sung hoàn hảo**: hai hàng hóa có những đường bàng quan vuông góc

[perfect substitutes] **hàng hóa thay thế hoàn hảo**: hai hàng hóa có những đường bàng quan thẳng

[permanent income] **thu nhập thường xuyên**: mức thu nhập bình thường kỳ vọng của một người

[political economy] **kinh tế chính trị**: môn học nghiên cứu về chính phủ sử dụng các phương pháp phân tích kinh tế học

[positive statements] **phát biểu thực chứng**: phát biểu mô tả thế giới

[poverty line] **ngưỡng nghèo**: mức thu nhập tuyệt đối do chính quyền liên bang xác định cho các hộ gia đình với số người trong hộ khác nhau, mà ở dưới mức đó, hộ gia đình được xem là nghèo

[poverty rate] **tỷ lệ nghèo**: phần trăm dân số có thu nhập gia đình dưới ngưỡng nghèo

[price ceiling] **giá trần**: mức giá tối đa được phép bán ra theo luật định của một hàng hóa

[price discrimination] **phân biệt giá**: hành vi bán một hàng hóa nào đó theo những mức giá khác nhau cho những khách hàng khác nhau

[price elasticity of demand] **độ co giãn của cầu theo giá**: số đo cho biết lượng cầu của một hàng hóa thay đổi như thế nào ứng với sự thay đổi về giá của hàng hóa đó, được tính bằng phần trăm thay đổi trong lượng cầu chia cho phần trăm thay đổi về giá

[price elasticity of supply] **độ co giãn của cung theo giá**: số đo cho biết lượng cung của một hàng hóa thay đổi như thế nào ứng với sự thay đổi về giá của hàng hóa đó, được tính bằng phần trăm thay đổi trong lượng cung chia cho phần trăm thay đổi về giá

[price floor] **giá sàn**: mức giá tối thiểu được phép bán ra theo luật định của một hàng hóa

[principal] **chủ thể**: người mà tác nhân kinh tế làm việc cho anh ta

[prisoner's dilemma] **tình thế tiến thoái lưỡng nan của người tù**: một trò chơi giữa hai người tù qua đó cho thấy tại sao sự hợp tác lại trở nên khó khăn ngay cả khi nó có lợi cho cả hai

[private goods] **hàng hóa tư nhân**: những hàng hóa có khả năng loại trừ và có tính cạnh tranh trong tiêu dùng

[producer surplus] **thặng dư sản xuất**: số tiền nhà sản xuất được trả cho việc cung cấp một hàng hóa trừ cho tổng chi phí sản xuất ra hàng hóa đó

[production function] **hàm sản xuất**: mối quan hệ giữa lượng các yếu tố đầu vào được dùng để sản xuất một hàng hóa và sản lượng của hàng hóa đó

[production possibilities frontier] **đường giới hạn khả năng sản xuất**: đồ thị trình bày các mức sản lượng mà nền kinh tế có thể sản xuất với lượng các yếu tố sản xuất và công nghệ sẵn có

[profit] **lợi nhuận**: tổng doanh thu trừ tổng chi phí

[progressive tax] **thuế lũy tiến**: một hệ thống thuế theo đó người có thu nhập cao phải nộp một tỷ lệ cao hơn trong thu nhập của họ so với người có thu nhập thấp hơn

[property rights] **quyền sở hữu tài sản**: khả năng của một người trong việc sở hữu và thực hiện các quyền kiểm soát những nguồn lực khan hiếm

[proportional tax] **thuế tính theo tỷ lệ không đổi**: hệ thống thuế mà người có thu nhập cao và thấp đều phải nộp thuế một tỷ lệ như nhau trong thu nhập của họ

[public goods] **hàng hóa công**: những hàng hóa không thể loại trừ và không có tính cạnh tranh trong tiêu dùng

Q

[quantity demanded] **lượng cầu**: lượng hàng hóa mà người mua sẵn lòng và có khả năng mua

[quantity supplied] **lượng cung**: lượng hàng hóa mà người bán sẵn lòng và có khả năng bán

R

[rational people] **cá nhân hợp lý**: người cố gắng hết mình để đạt được mục tiêu của họ một cách hệ thống và có chủ đích

[regressive tax] **thuế lũy thoái**: hệ thống thuế theo đó người có thu nhập cao nộp một tỷ lệ thấp hơn trong thu nhập của họ so với người có thu nhập thấp

[rivalry in comsumption] **tính cạnh tranh trong tiêu dùng**: thuộc tính của một hàng hóa theo đó việc tiêu dùng của một người làm giảm khả năng tiêu dùng hàng hóa đó của người khác

S

[scarcity] **sự khan hiếm**: bản chất giới hạn của các nguồn lực của xã hội

[screening] **thẩm tra**: hành vi của bên thiếu thông tin buộc bên có đầy đủ thông tin phải cung cấp thông tin

[shortage] **thiếu hụt**: tình huống mà ở đó lượng cầu lớn hơn lượng cung

[signaling] **cung cấp thông tin**: hành vi của bên có đầy đủ thông tin cung cấp thông tin cá nhân cho bên thiếu thông tin

[social insurance] **bảo hiểm xã hội**: chính sách của chính phủ nhằm bảo vệ các cá nhân chống lại rủi ro của những sự kiện không mong muốn

[substitutes] **hàng hóa thay thế**: hai hàng hóa mà khi giá của hàng hóa này tăng sẽ làm tăng cầu của hàng hóa kia

[substitution effect] **tác động thay thế**: thay đổi trong tiêu dùng do thay đổi về giá làm cho người tiêu dùng dịch chuyển dọc theo đường bàng quan đến một điểm khác có tỷ lệ thay thế biên khác

[sunk cost] **chi phí chìm**: những khoản chi phí đã bỏ ra và không thể thu hồi

[supply curve] **đường cung**: đồ thị biểu diễn mối quan hệ giữa giá và lượng cung của một hàng hóa

[supply schedule] **biểu đồ cung**: bảng biểu diễn mối quan hệ giữa giá và lượng cung của một hàng hóa

[surplus] **thặng dư**: tình trạng mà ở đó lượng cung lớn hơn lượng cầu

T

[tariff] **thuế quan/thuế nhập khẩu**: loại thuế đánh lên hàng hóa được sản xuất ở nước ngoài và tiêu thụ trong nước

[tax incidence] **phạm vi ảnh hưởng của thuế**: cách thức mà theo đó gánh nặng thuế được chia sẻ giữa các bên tham gia thị trường

[total cost] **tổng chi phí**: giá trị thị trường của tất cả các yếu tố đầu vào mà doanh nghiệp dùng để sản xuất

[total revenue (for firm)] **tổng doanh thu (doanh nghiệp)**: số tiền mà doanh nghiệp nhận được từ việc bán sản phẩm của mình

[total revenue (in a market)] **tổng doanh thu (thị trường)**: số tiền mà những người mua trả cho những người bán một hàng hóa, được tính bằng cách lấy mức giá nhân với sản lượng bán ra

[Tragedy of the Commons] **bi kịch của tài sản công**: thành ngữ ám chỉ rằng các tài nguyên công cộng thường được sử dụng nhiều hơn mức mong muốn theo quan điểm xã hội

[transaction costs] **chi phí giao dịch**: các chi phí mà các bên phải gánh chịu trong quá trình thỏa thuận và thực hiện giao dịch

U

[utilitarianism] **chủ nghĩa thỏa dụng**: triết lý chính trị cho rằng chính phủ nên tối đa hóa tổng mức thỏa dụng của các cá nhân trong xã hội

[utility] **độ thỏa dụng**: số đo mức độ hạnh phúc hay thỏa mãn

V

[value of marginal product] **giá trị sản lượng biên**: sản lượng biên của một yếu tố đầu vào nhân với giá của sản phẩm đầu ra

[variable costs] **chi phí biến đổi**: những chi phí thay đổi theo sản lượng

W

[welfare] **phúc lợi**: trợ cấp của các chương trình chính phủ cho những người cần trợ giúp

[welfare economics] **kinh tế học phúc lợi**: môn học nghiên cứu sự phân phối các nguồn lực ảnh hưởng đến phúc lợi xã hội như thế nào

[willingness to pay] **giá sẵn lòng trả**: số tiền tối đa mà người mua sẵn lòng trả để mua một hàng hóa

[world price] **giá thế giới**: mức giá phổ biến của một hàng hóa trên thị trường thế giới

TVE-4U.ORG
SCAN: SKY_TIGER
PDF: BÌNH AN